



Université de Hacettepe Institut des Sciences Sociales
Département de Langue et Littérature Françaises

LE PETIT PRINCE EN TURQUIE

Ayberk ERKAY

Thèse de maîtrise

Ankara, 2007

LE PETIT PRINCE EN TURQUIE

Ayberk ERKAY

Université de Hacettepe Institut des Sciences Sociales
Département de Langue et Littérature Françaises

Thèse de maîtrise

Ankara, 2007

KABUL VE ONAY

Ayberk ERKAY tarafından hazırlanan “Le Petit Prince en Turquie” başlıklı bu çalışma, 14 Eylül 2007 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Jale ERLAT (Başkan)

Prof. Dr. Ekrem AKSOY (Danışman)

Prof. Dr. Zeynep MENNAN

Yrd. Doç. Dr. Nizamettin KASAP

Yrd. Doç. Dr. Nur Melek DEMİR

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. İrfan ÇAKIN

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım :

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

14.09.2007

Ayberk ERKAY

RESUME

ERKAY, Ayberk. *Le Petit Prince en Turquie*. Thèse de maîtrise. Ankara, 2007.

Le Petit Prince, chef d'œuvre d'Antoine de Saint-Exupéry, est sans doute très populaire et très demandé à travers le monde, et en Turquie. Ceci est l'un des livres les plus lus par le lecteur turc et constitue un thème favorable pour le média turc, dès le début jusqu'à nos jours. Ainsi, le livre est un vrai phénomène de traduction pour la Turquie: aujourd'hui, nous constatons plus de centaines traductions du livre vers le turc. Dans notre thèse, nous avons examiné presque toutes les caractéristiques textuelles et visuelles des traductions du Petit Prince vers le turc, afin de distinguer les causes et les conséquences de ce cas exceptionnel. Nous avons appliqué la théorie du Skopos, créée par le linguiste allemand Hans Vermeer, et qui a pour but de déterminer les facteurs qui influencent le processus de la traduction et les conséquences de ces effets sur le « translatum » (le texte d'arrivée), sur les traductions du livre. Les résultats que nous avons obtenus, nous ont montré qu'une étude dans le domaine de la traductologie, ne peut pas avoir un véritable résultat sans inclure les facteurs culturels et sociologiques. Notre thèse nous a donné l'occasion de présenter à la fois les détails du cas exceptionnel du Petit Prince en Turquie et les facteurs essentiels qui influencent le processus de la traduction et le traducteur.

Les Mots Clefs

Le Petit Prince, livre populaire, la traduction, la relation « traducteur - maison d'édition », la théorie du Skopos, « le translatum », le lecteur turc, le lecteur cible.

ÖZET

ERKAY, Ayberk. *Le Petit Prince en Turquie*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara, 2007.

Antoine de Saint-Exupéry'nin Küçük Prens adlı eseri, yayınlandığı günden bugüne, tüm dünyada olduğu gibi, Türkiye'de de büyük ilgi görmüştür. Türk okurunun büyük ilgisiyle karşılaşan bu eser, aynı zamanda, Türk medyasında yıllardır geniş yer bulmaktadır. Eserin, Türk edebiyat dünyası için önemli özelliği ise, Türk çeviri tarihinde eşine ender rastlanır bir şekilde, sayısı yüzü geçen farklı çevirisinin bulunuyor olmasıdır. Tezimizde, Küçük Prens adlı eserin, Türk edebiyat ve çeviri tarihindeki bu özel konumunun neden ve sonuçları ortaya koymak amacıyla, eserin edebi ve görsel özelliklerini inceledik. Alman dilbilimci Hans Vermeer'in, çeviri sürecinde çevirmeni ve yapılan çeviri etkileyen faktörleri ve bu etkilerin sonuçları incelemeyi amaç edinen Skopos teorisini, Küçük Prens adlı eserin çeviri metinlerine uyguladık. Elde ettiğimiz sonuçlar doğrultusunda, çeviri alanında yapılacak bir incelemenin, yalnızca kaynak ve hedef metinleri değil, aynı zamanda kültürel ve sosyolojik faktörleri de ele almasının, araştırmanın doğru sonuçlara ulaşması adına faydalı, hatta kaçınılmaz olduğunu ortaya koyduk. Sonuç olarak, tezimizde, hem Küçük Prens adlı eserin Türkiye'de uyandırdığı ilginin sebep ve sonuçları sergileme, hem de bu eseri kaynak metin olarak kullanarak ve eserin Türkçeye yapılan çevirilerini inceleyerek, çeviri sürecini etkileyen faktörleri ortaya koyma fırsatı bulduk.

Anahtar Sözcükler

Küçük Prens, popüler kitaplar, çeviri, « çevirmen-işveren » ilişkisi, Skopos teorisi, translatum, Türk okuru, hedef kitle.

TABLE DES MATIERES

RESUME	i
ÖZET	ii
TABLE DES MATIERES	iii
INTRODUCTION	1
I. LE PETIT PRINCE : UN PHENOMENE LITTERAIRE	5
I. 1. LE PETIT PRINCE DANS LE MONDE	5
I. 1. 1. Le Petit Prince, le livre	5
I. 1. 2. La popularité mondiale selon les chiffres	7
I. 1. 3. Un phénomène de traduction dans le monde	9
I. 1. 4. Le Petit Prince dans d'autres branches de l'Art	13
I. 1. 5. Le Petit Prince dans la vie quotidienne	14
I. 2. LE PETIT PRINCE EN TURC	19
I. 2. 1. De la première édition jusqu'à nos jours	19
I. 2. 2. La première traduction	20
I. 2. 3. Les deux premières éditions sous forme de livre	22

I. 2. 4. De 1953 à 1983.....	26
I. 2. 5. La multitude de traductions (1985–2007).....	28
I. 2. 6. Le Petit Prince dans le média turc	34
I. 2. 7. Le Petit Prince dans le système éducatif turc	35
II. LE PETIT PRINCE DANS LE MARCHÉ TURC	37
II. 1. LES TRADUCTEURS	38
II. 2. LES COUVERTURES	42
II. 3. LES FORMATS	47
II. 4. LES INDICATIONS	48
II. 5. LES PRIX	50
II. 6. L'ÉTAGÈRE DU PETIT PRINCE	54
II. 7. UNE ANALYSE SUR LES ÉDITIONS	56
III. LE PETIT PRINCE ET SES TRADUCTIONS	58
III. 1. LE CHOIX DES TEXTES	58
III. 2. LES TEXTES EXAMINÉS PARMI LES TRADUCTIONS	59

III. 2. 1. Fragment I	59
III. 2. 1. Fragment II	62
III. 2. 1. Fragment III	65
III. 2. 1. Fragment IV	68
III. 2. 1. Fragment V	70
III. 2. 1. Fragment VI	71
III. 3. L'ANALYSE DES CARACTERISTIQUES VISUELLES ET TEXTUELLES	73
III. 3. 1. Hans Vermeer et la théorie du Skopos.....	73
III. 3. 2. L'Interprétation des caractéristiques visuelles et textuelles selon la théorie du Skopos	75
IV. CONCLUSION	82
BIBLIOGRAPHIE	91
Ouvrages consultés	91
Ouvrages cités	93

INTRODUCTION

La littérature, dès son début jusqu'à nos jours, a atteint les plus vastes audiences, dans n'importe quelle culture, sous forme de livre. Parallèlement aux développements technologiques, le livre a continuellement augmenté son champ de réception. Aujourd'hui, une oeuvre littéraire peut être disponible dès le moment où il est écrit, dans n'importe quel pays, sur l'Internet. Ainsi, le lecteur d'aujourd'hui a plus de chance d'atteindre presque toutes les sources littéraires que le lecteur du dernier siècle. Le terrain de choix du lecteur de n'importe quelle culture, a considérablement grandi.

Les préférences des lecteurs internationaux sont notre point de départ pour notre thèse. Aujourd'hui, grâce aux sources informatiques, il n'est pas difficile de mettre à jour, les demandes ou les refus de l'homme moderne, du consommateur plutôt, dans le monde entier. Ainsi, le livre qui est devenu un produit à vendre, grâce aux nouvelles technologies dans le domaine du commerce, trouve des lecteurs, plutôt des acheteurs, à travers le monde. La situation du livre, de la littérature plutôt n'est pas le sujet de notre étude, pourtant il est remarquable de voir quelle création littéraire est plus demandée par les lecteurs de toutes les cultures et demander pourquoi et comment le livre le plus demandé a atteint cette popularité mondiale. Ainsi, après avoir observé toutes les sources qui pourraient nous révéler l'oeuvre littéraire la plus demandée et la plus connue dans le monde, nous avons vu qu'il n'est pas possible de parler d'un seul résultat, puisque toutes les sources nous indiquent différents noms de livres. Il est raisonnable de constater une diversité entre ces enquêtes faites dans les différentes cultures, parce que nous avons vu qu'il était impossible de parler de l'objectivité. Par exemple, une enquête faite dans une culture chrétienne nous montre que la Bible est le livre le plus demandé et le plus vendu. Par contre, selon une enquête réalisée dans le monde musulman, le livre le plus vendu, c'est le Coran. Pourtant, selon toutes les enquêtes et les sources internationales, nous avons rencontré un titre commun, qui est présenté comme l'un des livres les plus vendus et les plus lus de tous les temps: c'est le sujet de notre étude, *Le Petit Prince* d'Antoine de Saint-Exupéry.

Nos recherches nous ont indiqué que *Le Petit Prince* de Saint-Exupéry, est devenu un phénomène. Selon toutes les statistiques concernant la popularité d'un produit artistique, *Le Petit Prince* est toujours au sommet: C'est le livre le plus demandé, le plus vendu, le plus connu et qui a le plus d'éditions et de traductions, exceptés les livres sacrés. Mais cette popularité n'est pas limitée par le contexte textuel. Aujourd'hui, l'image du Petit Prince est aussi célèbre que son contenu textuel. Dans presque tous les pays du monde, on rencontre son reflet dans diverses branches de l'art ou sa manifestation dans la vie quotidienne. Ainsi, nos recherches sur *Le Petit Prince* dans le monde nous ont montré que, dans le cas du *Petit Prince*, il n'est pas possible de parler seulement d'une oeuvre littéraire très demandée, mais d'un phénomène qu'on rencontre dans tous les domaines de la vie dans le monde entier.

Une telle popularité atteinte par une oeuvre littéraire n'est pas négligeable à nos yeux. C'est pourquoi, nous avons décidé de chercher en Turquie, les traits, les reflets de cette popularité mondiale. Est-ce que le lecteur turc avait autant de sympathie ou d'intérêt pour ce livre que le reste du monde? La réponse est encore plus étonnante parce que c'est peut être le lecteur turc qui demande le plus dans le monde *Le Petit Prince*. Nous avons remarqué que le livre en Turquie, dès le début de son aventure jusqu'à présent, a été toujours disponible dans les libraires et avec des dizaines d'éditions. Il n'est pas possible de voir, ailleurs, qu'un livre soit régulièrement publié chaque année. Il est donc évident que *Le Petit Prince* est une oeuvre exceptionnelle pour le lecteur turc.

Pourtant, nos recherches nous ont dirigé vers un fait encore plus étonnant. Le livre a presque cent éditions publiées jusqu'aujourd'hui, et plus de la moitié de ces éditions sont publiées avec différentes traductions. Ceci est un cas très rare et exceptionnel dans l'histoire de la traduction en Turquie. *Le Petit Prince*, qui a été traduit des dizaines de fois en turc, est sans doute demandé par le lecteur turc. Ainsi, il nous paraît nécessaire de demander pourquoi le lecteur turc avait une si grande demande pour *Le Petit Prince* et pourquoi on a traduit ce livre vers le turc pour une dizaine de fois?

Cette étude vise à chercher, à trouver une réponse à ces questions. Nous essaierons d'abord de déterminer la place occupée par *Le Petit Prince* dans le monde entier. En

ajoutant les faits et les statistiques qui nous justifieront la popularité incomparable du livre, nous allons souligner l'importance du livre dans le monde comme une oeuvre littéraire et comme un produit du marché.

Après avoir déterminé sa place dans le monde, nous serons focalisés sur la Turquie. Nous allons inclure dans notre étude toutes les caractéristiques du livre, dès son apparition jusqu'à présent. Pour mieux connaître la période qui rend au *Petit Prince* une si grande popularité, nous analyserons les changements et les invariabilités parmi les éditions du livre.

En Turquie, *Le Petit Prince* a presque cent éditions et ces éditions ont bien évidemment des ressemblances et différences. Nous examinerons presque toutes les caractéristiques visuelles et textuelles de ces éditions. Nous essaierons de constater des particularités de ces éditions en examinant les couvertures, les formats, les indications et même les prix. Nous savons dès le début que les maisons d'édition ont des idées fixes sur *Le Petit Prince* lesquelles reflètent aux caractéristiques des éditions du livre, et donc aux lecteurs. Ceci était remarquable pour avoir une réponse à la question souvent posée: "Est-ce *Le Petit Prince* est un livre pour enfants ou pour adultes?" Pourtant les données nous dirigent vers la réalité que cette question n'est pas très raisonnable parce que le livre est toujours présenté au lecteur turc, sous une forme unique, déterminée. En somme, il nous paraît mieux de changer cette question: "Comment *Le Petit Prince* est présenté au lecteur turc?" et notre étude vise à mettre en évidence les preuves pour avoir la réponse à la question.

Afin de mieux comprendre la perception du livre par le lecteur et par l'éditeur turcs, nous ferons des comparaisons détaillées entre les caractéristiques visuelles des éditions. Après avoir démontré et analysé les caractéristiques visuelles des éditions du *Petit Prince*, nous examinerons les traits remarquables dans les textes, dans les traductions. Nous allons comparer dix fragments de dix différentes traductions, en vue de distinguer la réception des traducteurs et les raisons extérieures qui influencent les traducteurs. Le *Petit Prince* qui a des grandes différences entre ses traductions vers le turc, sera un vrai

exemple pour l'effet de la relation "maison d'édition / audience cible / traducteur" sur la traduction, selon la théorie du Skopos de Hans Vermeer.

La théorie du Skopos de Vermeer, qui s'est appuyée sur le but et l'acte et qui est une approche nouvelle en traductologie, a été notre méthode adaptée pour cette étude, pour mieux comprendre les causes des différences entre tant de traductions d'un texte source unique. Suivant cette théorie, nous allons définir l'initiateur (celui qui commande la traduction), le lecteur cible déterminé par cet initiateur et les commandements assignés au traducteur par cet initiateur pour faire rencontrer son produit (la traduction) avec son lecteur cible. En examinant les différences entre les traductions vers le turc du *Petit Prince*, nous tentons de souligner les traits des commandes des maisons d'édition et les effets de ces commandes sur les traductions.

Finalement, après avoir montré la place qui tient *Le Petit Prince* dans le monde et en Turquie, analysé ses caractéristiques textuelles et visuelles, ajouté les causes et les conséquences des perceptions de tous les acteurs, nous allons essayer d'indiquer les causes essentielles de la popularité exceptionnelle du *Petit Prince* en Turquie.

I. LE PETIT PRINCE : UN PHENOMENE LITTERAIRE

Le Petit Prince, qui célèbre son soixante-quatrième anniversaire, continue son tour du monde sensationnel. Aujourd'hui, le chef-d'oeuvre d'Antoine de Saint-Exupéry est certainement l'une des créations littéraires les plus connues dans le monde. Nous en voyons la représentation dans presque toutes les branches de l'art. Le titre '*Petit Prince*' et l'image créée par l'auteur se montrent partout, dans les médias, dans le monde de divertissement, dans la vie quotidienne.

I. 1. LE PETIT PRINCE DANS LE MONDE

I. 1. 1. Le Petit Prince, le livre

Comment définir quelle oeuvre littéraire, parmi tant d'autres, a atteint le plus grand nombre de lecteurs, de destinataires? La création littéraire a besoin d'une forme pour accéder à son destinataire, pour être lu. Depuis l'origine de la littérature, l'homme, l'artiste a voulu que sa création soit connue par le monde. Il a toujours cherché le moyen le plus efficace, le moyen qui lui permettrait de mieux partager ses expressions avec tout le monde. Parmi de nombreux moyens pratiqués, dès le début jusqu'à nos jours, - la littérature orale, les inscriptions rupestres, les manuscrits...- nous voyons que la forme la plus choisie, donc la plus efficace, c'est le livre. Un livre, c'est un "assemblage de plusieurs feuilles de papier, de vélin ou de parchemin, imprimé ou écrit à la main, cousues ensemble et formant un volume broché ou relié, portant des signes destinés à être lus"¹. Cette forme est le reflet le plus concret de la création littéraire. Donc, un produit littéraire fait sa connaissance avec le monde, en premier lieu, sous cette forme.

Comme la définition l'indique, le livre porte des signes pour être lu et pour être compris. Ces signes constituent les éléments les plus petits d'un système linguistique

¹ *Dictionnaire de l'Académie française : 9^e édition*, Paris, Fayard, 2005.

d'une langue. Le livre est donc un objet fabriqué qui est composé des signes linguistiques, des signes d'une langue. Pourtant, la langue est accessible seulement à un groupe d'hommes qui pratique cette langue. Dès lors, le livre qui a le but d'atteindre une célébrité mondiale, a besoin de se reproduire par d'autres langues. Être traduit est indispensable pour atteindre ce but. Aujourd'hui, nous parlons des chefs-d'oeuvre, des classiques, des oeuvres littéraires connus dans le monde entier et c'est la traduction qui assure cette célébrité. On ne peut pas imaginer un livre qui puisse acquérir une popularité universelle sans être traduit.

En somme, la diffusion d'un ensemble d'idées littéraires dans le monde entier, a besoin de deux particularités essentielles; la première, avoir une forme de livre et la deuxième, être traduit. Afin de définir la création littéraire la plus connue dans le monde, ces deux particularités du livre seront notre point de départ. Mais encore, procéder à une classification des livres et leurs traductions pour tous les siècles et pour le monde entier n'est pas facile parce qu'il n'est pas possible de parler d'une source véritable qui puisse nous donner les chiffres exacts des exemplaires vendus, des reproductions et des ventes totales d'un livre au cours des siècles.

Pourtant, toutes les informations nous dirigent vers la vérité que les livres sacrés sont les livres les plus lus, les plus traduits, les plus imprimés et les plus connus de tous les temps. Nos recherches sur Internet, qui comprennent les renseignements sur le livre le plus vendu dans le monde, nous ont montré que toutes les nations et toutes les cultures ont une différente classification des livres les plus vendus. Mais dans toutes ces différentes enquêtes, la première place est toujours réservée aux livres sacrés. En dehors de ces livres, il y a deux ou trois livres qui prennent place dans toutes les enquêtes internationales.

Quant aux oeuvres littéraires, même si nous ne pouvons pas parler des chiffres exacts, toutes les sources examinant la popularité de ces oeuvres et toutes les estimations nous dirigent vers une seule évidence: *Le Petit Prince* est l'un des livres les plus connus, ou même il est le plus connu dans le monde entier.

I. 1. 2. La popularité mondiale selon les chiffres

Selon les informations sur le site Internet² du *Petit Prince* gouverné par les éditions Gallimard, cette oeuvre d'Antoine de Saint-Exupéry, publiée pour la première fois en 1943, est vendue plus de 50 millions d'exemplaires jusqu'à nos jours dans le monde entier. Ce nombre est le total des éditions originales en français et des traductions en différentes langues. Pour une oeuvre littéraire, ce nombre est immense et difficile à atteindre. Nous savons que *Le Petit Prince*, sous forme de livre, s'est vendu dans presque tous les pays du monde. Depuis sa première publication, le livre est toujours présent sur les rayons des librairies de tous les pays et sur les sites de vente de livres sur Internet. Un livre, même s'il est très populaire et très recherché, le lecteur peut attendre des années pour qu'une nouvelle édition en soit publiée. Pourtant, la popularité du *Petit Prince* conduit les maisons d'édition à publier continuellement une nouvelle édition. Donc, le cycle incessant de publication du *Petit Prince* le rend toujours accessible au lecteur.

Il est évident que la vente totale d'un livre ne nous montre pas le nombre total de destinataires, des lecteurs d'un livre. Donc nous pouvons bien dire que, en dehors de 50 millions d'exemplaires qui sont vendus, le nombre de destinataires, le nombre total des personnes qui ont lu *Le Petit Prince* est encore plus grand. Dans la plupart du monde, le lecteur a deux possibilités principales pour atteindre un livre: acheter un livre neuf à la librairie ou un livre usagé chez un bouquiniste. Principalement en Europe et en Amérique, le livre se trouve dans un système de circulation et un seul livre peut avoir des dizaines de lecteurs. Quant aux estimations, *Le Petit Prince* est encore classé parmi les trois ou quatre livres les plus recherchés chez les bouquinistes. Ceci nous montre qu'il existe un grand nombre de lecteurs qui n'achètent pas des livres neufs du *Petit Prince*, mais qui le lisent quand même.

En dehors de ces deux possibilités, une troisième complète le nombre total de destinataires d'un livre, c'est la demande du livre dans les bibliothèques. Le livre prêté par les bibliothèques est l'un des moyens pour accéder aux oeuvres littéraires. Les

² <http://www.petitprince.com> (09.09.2007)

estimations nous révèlent que *Le Petit Prince* est toujours l'un des livres les plus demandés et les plus prêtés par les bibliothèques dans le monde.

Ces trois estimations sont des preuves de la célébrité et de la demande, donc de la connaissance du *Petit Prince* par les lecteurs dans le monde. Il est difficile de parler d'un deuxième livre qui ait atteint ce nombre total. Finalement, avec le développement de l'usage de l'Internet, il est évident que le transfert de l'information est de plus en plus facile. Aujourd'hui, il est possible de rencontrer partout sur Internet, des enquêtes sur n'importe quel sujet, réalisés avec la collaboration des utilisateurs internationaux. Dans le domaine de la littérature, on rencontre presque chaque jour, une nouvelle enquête sur les meilleurs livres, les livres qu'il faut lire, décidés par les lecteurs de tous les pays. Nous pouvons bien dire dans toutes ces enquêtes, on rencontre le titre du *Petit Prince*, aux premières places.

Dernièrement, nous pouvons aisément distinguer la popularité internationale du *Petit Prince*, en regardant le nombre total des sites sur l'Internet sur le livre et son auteur. Aujourd'hui, la disponibilité sur Internet d'un objet ou d'un produit est une vraie preuve de sa popularité. Le nombre total des sites consacrés à un produit ou des sites où on présente ce produit peut nous révéler sa célébrité mondiale. Pour le moment, Google.com est le moteur de recherche le plus connu et le plus avancé, accepté par toutes les autorités. Quand nous cherchons pour le titre et l'auteur sur Google.com, "*Le Petit Prince et Antoine de Saint-Exupéry*", nous obtenons 425.000 résultats. Nous estimons que la moitié de ce nombre consiste en des sites Internet de vente de livres. Donc, aujourd'hui, nous pouvons parler de presque deux cent mille de sites Internet consacrés au *Petit Prince*.

Tous ces renseignements nous révèlent la popularité du *Petit Prince* dans le monde. Bien évidemment, le livre qui est publié pour la première en 1943, ne peut pas rivaliser avec les produits de marché sous forme de livre des années 2000, comme "*Harry Potter*" ou "*Le Da Vinci Codé*". Nous soulignons que *Le Petit Prince*, depuis son origine, n'a pas eu la même chance que ces derniers qui ont profité de toutes les techniques de vente, du pouvoir des médias et du pouvoir de l'industrie américaine dans

le monde. D'ailleurs, le nombre des personnes qui ont lu ces livres, plutôt produits de marché, est sans doute inférieur au nombre total de vente. La demande dans les librairies, dans les bouquinistes, sur Internet et l'ampleur d'information nous montrent que *Le Petit Prince* est l'un des livres les plus connus, les plus demandés et -plus important surtout pour une oeuvre littéraire- les plus lus dans le monde.

I. 1. 3. Un phénomène de traduction dans le monde

Nous avons parlé de deux particularités essentielles d'une oeuvre littéraire: avoir une forme de livre et être traduit. *Le Petit Prince* sous forme de livre est donc aujourd'hui connu et accessible dans tous les pays du monde. Dans cette partie de notre étude, nous allons mettre en évidence les statistiques sur la deuxième particularité qui assure cette célébrité dans le monde: la traduction. Dans le tableau suivant, nous voyons les cinquante premières langues dans lesquelles on a traduit *Le Petit Prince* et le nombre total des éditions. Le tableau est préparé par un collectionneur allemand des éditions du *Petit Prince*, Michael Patel, et présenté sur son site Internet³.

LA LANGUE	LE NOMBRE TOTAL D'EDITIONS	LE TITRE "LE PETIT PRINCE" EN CETTE LANGUE
L'espagnol	354	El Principito
Le coréen	248	Orin wang-ja
Le chinois	208	Xiao wàngzi
Le français	162	Le Petit Prince
Le russe	153	Malienkij princ
L'anglais	143	The Little Prince
L'allemand	124	Der Kleine Prinz
Le turc	95	Küçük Prens
Le japonais	62	Hoshi no ouji-sama
Le polonais	45	Maly Ksiaz

³ <http://www.fotodesignerin.de/prinz/index.html>. (15.08.2007)

Le serbe	45	Mali princ
L'italien	40	Il Piccolo Principe
Le portugais	30	O Principezinho
Le farsi	24	Shahriar Kudzhulu
Le grec	21	O mikrós prínkipas
Le brésilien	20	O Pequeno Príncipe
Le roumain	20	Micul print
L'arabe	18	Al-âmir As-saghîr
Le catalan	18	El Petit Príncep
L'ukrainien	17	Malen'kyj Prynts
Le néerlandais	15	De Kleine Prins
Le croate	14	Mali princ
Le suédois	13	Lille prinsen
Le slovaque	11	Maly princ
Le thaï	11	Jâau Chaai Nóoi
Le tchèque	11	Maly princ
Le bulgare	10	Malkijat prints
Le finlandais	9	Pikku Prinssi
L'hongrois	9	A kis herceg
L'hébraïque	8	hanasich hakatan
Le letton	8	Mazais Princis
L'estonien	7	Väike Prints
Le macédoine	7	Maliot princ
Le norvégien	7	Den lille prinsen
Le slovène	7	Mali princ
Le basque	6	Printze Txikia
Le galicien	6	O Principiño
L'esperanto	5	La Eta Princo
Le vietnamien	5	Hoàng tú'bé
L'albanais	4	Princi i vogël
L'arménien	4	Pokrig iskhane
L'irlandais	4	Little Prince

Le népali	4	Myinthale
Le géorgien	4	Patara uplistsuli
Le latin	4	Regulus
L'allemand suisse	4	De chli Prinz
Le mongolien	3	O Prenzipet
L'azéri	3	Balaca şahzade
L'asturien	3	El Principin
Le bengali	3	Khude Râjkumâr

En outre de ces langues qui figurent sur le tableau, il existe environ 135 langues différentes dans lesquelles a été traduit *Le Petit Prince*. Nous pouvons aisément dire que *Le Petit Prince* est lu dans presque toutes les régions du monde. Un livre qui est traduit vers presque deux cents langues du monde, mérite sûrement une place prestigieuse dans la littérature mondiale.

Ce tableau est plein de détails surprenants. Pour presque toutes les éditions publiées en une langue, les maisons d'édition ont imprimé la même traduction, donc la seule traduction qui existe dans cette langue. En russe, en anglais ou en allemand, on constate plus d'une centaine de publications et toutes les éditions présentent au lecteur la même traduction ou parfois on rencontre une deuxième traduction tout au plus. Par exemple, presque toutes les 143 éditions du *Petit Prince* en anglais, sont publiées avec la traduction de Katherine Woods. En dehors de la traduction de Woods, nous voyons une autre traduction faite par Irene Testot-Ferry mais il n'y a que ces deux traductions publiées dans presque cent cinquante éditions du livre. Un autre exemple, les 124 éditions du livre en allemand sont toutes présentées aux lecteurs au cours des années, avec la traduction faite par les frères Grete et Josef Leitgeb.

Pourtant, pendant nos recherches, nous avons rencontré deux langues qui se séparent de la grande majorité, ce sont le turc et le grec. Pour le moment, il existe 95 éditions en turc et 21 éditions en grec. Ce qui est étonnant c'est que presque tous ces livres sont publiés avec différentes traductions. Nous verrons une analyse détaillée des traductions en turc dans les chapitres suivants, mais la collection de Michael Patel et les

informations sur son site, nous montrent qu'il n'y a même pas deux éditions en grec publiées avec la même traduction.

Est-ce qu'il est raisonnable de parler d'un besoin de plusieurs traductions pour un livre en 65 années? La langue et le vocabulaire bien évidemment changent au cours du temps. La traduction, qui est une activité linguistique, devrait sans doute être renouvelée en fonction des changements dans le vocabulaire. Pourtant est-ce qu'on peut parler d'une durée de consommation pour le vocabulaire? Est-ce qu'il est possible de déterminer le moment exact où un mot perd son sens et donc sa fonction dans le système linguistique? Il est sans doute difficile de constater des changements dans le vocabulaire. On rend compte de ces changements, peut-être inconsciemment, mais on ne peut pas dire exactement qu'un mot ou un terme devrait être désormais exclus. Donc, il est aussi difficile de dire, pendant une durée de 65 ans, combien de fois renouveler la traduction d'un texte. Mais nous pouvons quand même dire qu'il devrait y avoir une raison non linguistique pour le cas du turc et du grec. Affirmer que presque cent nouvelles traductions d'un texte vers une langue quelconque, pendant 65 années, soit indispensable et obligatoire à mesure des principes linguistiques, est sans doute contraire à la raison. D'ailleurs, pour la majorité des langues du monde, pendant 65 années, de la première publication du livre jusqu'aujourd'hui, un seul texte est suffisant et ceci est une preuve que cette ampleur de traduction dans le turc et le grec, est le résultat des intentions non linguistiques. Nous chercherons une réponse à cette exception dans le chapitre suivant, mais il est très étonnant de constater cette similitude entre deux pays voisins, entre deux peuples qu'on dit souvent qu'ils se ressemblent.

Dans le tableau, nous trouvons presque toutes les langues les plus parlées du monde. Ce sont des langues parlées dans de vastes régions du monde, mais on trouve aussi des langues pas très connues dans le monde, parlées seulement dans petites communautés et par un nombre limité d'hommes. *Le Petit Prince* se détache des autres textes littéraires avec sa présence même dans ces langues peu connues. On trouve aussi une traduction du *Petit Prince* en toba, langue amérindienne du nord de l'Argentine, et c'est le premier livre à avoir été traduit dans cette langue après le Nouveau Testament. Un autre détail, c'est que *Le Petit Prince* est aussi l'un des rares livres modernes qui soient traduits en

latin. Il se trouve aussi de diverses éditions du livre publiés avec des traductions faites vers des langues régionales du français. Finalement, nous pouvons parler de l'occitan, de l'alsacien, du provençal, du basque, du languedocien, du créole réunionnais, du breton, du corse ou du francique mosellan comme les langues régionales du français vers lesquelles on a traduit *Le Petit Prince*⁴.

I. 1. 4. Le Petit Prince dans d'autres branches de l'Art

Les grandes oeuvres littéraires ont toujours inspiré les autres branches de l'art. Dès le début, parmi les divers types de création artistique, l'inspiration est présente et celle-ci développe les limites de l'art. Parmi toutes les influences artistiques, la littérature est la plus grande source pour les autres branches de l'art. Jusqu'aujourd'hui, les textes littéraires les plus grands et les plus connus ont paru sous différentes formes de l'art: théâtre, cinéma, peinture, musique... Ces inspirations ont rendu la création artistique plus riche et plus connue dans le monde. *Le Petit Prince* qui a influencé presque toutes les branches artistiques est donc devenu un texte source pour l'art. Comme le nombre immense des traductions, le nombre des adaptations artistiques est difficile à atteindre. Nous allons citer cidessous les quelques réalisations artistiques internationales importantes, adaptées du *Petit Prince* de Saint-Exupéry.⁵

1954 : Adaptation phonographique, avec Gérard Philippe dans le rôle du récitant, Jacques Grello dans le rôle du renard et Georges Poujouly dans celui du *Petit Prince*.

1965: *Le Petit Prince*, film français, de Jörg Eggens.

1966 : Film soviétique (Malenkiy prints) du réalisateur lituanien Arūnas Zebriūnas .

1972 : Adaptation phonographique, avec Jean-Louis Trintignant dans le rôle du récitant et Éric Damain dans celui du *Petit Prince*.

1973 : Adaptation phonographique, avec Marcel Mouloudji dans le rôle du récitant et Éric Rémy dans celui du *Petit Prince*.

1974: Film musicale de Frederik Loewe.

⁴ http://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Petit_Prince (20.08.2007)

⁵ http://fr.wikipedia.org/wiki/Le_Petit_Prince, <http://www.imdb.com/find?s=all&q=little+prince>. (20.08.2007)

1974 : Film américain (*The Little Prince*) de Stanley Donen.

1978 : Adaptation phonographique, avec Jean-Claude Pascal dans le rôle du récitant.

1978: Série animée japonaise (*Hoshi no Ojisama: Puchi Puransu*) de 39 épisodes.

1979 : Dessin animé américain (*The Little Prince*) de Susan Shadburne.

1981: Le musical “*The Little Prince and the Aviator*” pour le Broadway.

1990 : Téléfilm allemand (*Der kleine Prinz*) de Theo Kerp.

1990 : Adaptation phonographique, avec Pierre Arditi dans le rôle du récitant et Benjamin Pascal dans celui du *Petit Prince*.

1990 : Adaptation cinématographique française de Jean-Louis Guillerrou avec Guy Gravis, Daniel Royan et Alexandre Warner.

1996 : Émouvante « intégrale » numérique québécoise (Radio Canada) sur une trame musicale de Robert Normandeau. Le comédien Michel Dumont (narrateur / aviateur) est entouré d'une panoplie de personnages, dont Martin Pensa qui incarne le rôle-titre.

2002 : Comédie musicale (*Le Petit Prince*) de Richard Coccianté.

2003 : Opéra américain (*The Little Prince*) de Rachel Portman.

2003 : Opéra (*Der Kleine Prinz*) de Nikolaus Schapfl.

I. 1. 5. Le Petit Prince dans la vie quotidienne

Il y a peu de créations littéraires qui ont trouvé une place dans la vie quotidienne de l'homme. Nous pouvons citer surtout les oeuvres paralittéraires et les caractères ou les endroits imaginaires dans ces oeuvres, comme les reflets les plus concrets de l'imagination dans la vie réelle. “*Don Quijote*” de Miguel de Cervantès, “*Peter Pan*” de J. M. Barrie, “*Moby Dick*” de Herman Melville, “*le Pinocchio*” de Carlo Collodi ou “*La Terre du Milieu*” dans “*Le Seigneur des Anneaux*” de J.R.R. Tolkien, sont aujourd'hui, en dehors de leurs fonctions littéraires déterminées par leurs auteurs, devenus des symboles qu'on rencontre partout dans la vie quotidienne. Les noms et les images de ces figures sont utilisés comme le titre des entreprises, l'emblème ou la réclame des

produits de marché, des entreprises, des organisations... Ceci augmente de plus en plus la popularité d'une création artistique dans le monde.

Le titre "*Petit Prince*" et son image célèbre dessinée par Saint-Exupéry sont aujourd'hui, en dehors de leurs aspects littéraires, utilisés dans plusieurs contextes. Nous pouvons rencontrer le petit prince dans presque toutes les villes du monde. On rencontre les restaurants, les cafés, les discothèques, les librairies, les magasins, les théâtres, les salons, les hôtels... qui choisissent "le Petit Prince" comme leurs titres ou marques. Dans presque tous les domaines de l'industrie, l'image du Petit Prince est employée: alimentation, cinéma, cosmétique, habillement, informatique, musique, presse, publicité, télévision... C'est le même cas pour la Turquie, nous rencontrons le petit prince dans les domaines les plus surprenants, comme le nom d'une école primaire à Istanbul, d'une entreprise de transport nautique à Bosphore, et son image sur le mur d'une taverne à Ankara et sur les panneaux des librairies de plusieurs villes. Les images ci-dessous nous représentent quelques exemples qui montrent la célébrité du *Petit Prince* autour du monde et en Turquie.



L'école primaire "Küçük Prenses"
à Istanbul, en Turquie



Les bateaux de promenade "Küçük Prenses"
à Istanbul, en Turquie

En somme, nous pouvons bien dire que, dans le cas du *Petit Prince*, il n'est pas possible de parler seulement d'une oeuvre littéraire. *Le Petit Prince* est une oeuvre littéraire et un produit de marché, connu, vendu, populaire dans le monde entier. Est-ce que c'est son contenu littéraire qui a créé cette célébrité mondiale ou est-ce qu'on peut parler d'un projet commercial, bien préparé et bien appliqué, qui a orné le roman de Saint-Exupéry? La réponse de cette question est le sujet d'une autre recherche pourtant nous pouvons

aisément dire que *Le Petit Prince* est lu dans le monde. Donc, il serait mieux de le distinguer des produits de marché d'aujourd'hui.

Exemples des produits industriels⁶



⁶ <http://www.google.com>, <http://www.altavista.com>, <http://www.fotodesignerin.de/prinz/index.html> (20.08.2007)



Des entreprises autour du monde⁷



**Le restaurant "Le Petit Prince"
à Taipei, en Taiwan**



**Le restaurant "El Principito"
à Salta, en Argentine**



**Le café "Le Petit Prince de Paris"
à Paris, en France**



**Le restaurant "Le Petit Prince"
à Cork, en Irlande**



**L'hôtel "Der Kleine Prinz"
à Baden-Baden, en Allemagne**



**La discothèque "Le Petit Prince"
à Cologne, en Allemagne**

⁷ <http://www.google.com>, <http://www.altavista.com>, <http://www.fotodesignerin.de/prinz/index.html> (22.08.2007)

I. 2. LE PETIT PRINCE EN TURC

I. 2. 1. De la première édition jusqu'à nos jours

Le lecteur turc a dû attendre à peu près dix ans pour lire en turc les oeuvres célèbres de la même époque que *Le Petit Prince*, "*L'Etranger*" de Camus, "*Pour Qui Sonne Les Glas*" de Hemingway ou "*La Nausée*" de Sartre, après leurs parutions dans le monde littéraire en leurs langues originales. L'oeuvre sensationnelle de Saint-Exupéry a été traduite en turc pour la première fois en 1953, à la dixième année de sa première parution aux Etats-Unis et en France. Le livre est initialement publié à New York par les éditions Reynal & Hitchcock. La première édition est publiée en sa langue originale, en français et la traduction en anglais est parue deux semaines plus tard. La traduction de l'oeuvre vers l'anglais est faite par Katherine Woods aussitôt que Saint-Exupéry a complété son oeuvre. En 1953, le livre était déjà connu par la plupart des lecteurs américains et européens. Pendant ces dix ans, *Le Petit Prince* est traduit vers les langues les plus parlées de l'Europe, en espagnol, en allemand, en italien. En dehors de ces langues parlées en Europe, la langue turque était probablement la première dans le monde entier, vers laquelle on a traduit *Le Petit Prince*.

Les livres célèbres et très vendus autour du monde comme "*L'Etranger*", "*La Nausée*", "*Les Misérables*" ou "*Des Souris et Des Hommes*", qui sont connus et admirés aussi par le lecteur turc, ont pris place sur les étagères des librairies en Turquie, pendant des années, avec plusieurs éditions et différentes traductions publiées par diverses maisons d'édition. Pourtant, aucun parmi ces livres très vendus, n'y a vécu la même aventure de traduction que *Le Petit Prince*. La Turquie, qui a vécu un grand mouvement de traduction après la proclamation de République, a toujours fait vivre cette tradition et les traductions vers le turc, particulièrement des oeuvres des littératures européenne et américaine n'ont jamais cessé. Aujourd'hui, dans les bouquinistes, dans les librairies, il est possible de rencontrer différentes traductions de la même oeuvre littéraire, renouvelées plusieurs fois au cours des années, mais certainement, *Le Petit Prince* est irrémédiablement l'oeuvre littéraire qui intéresse le plus les traducteurs. Dans cette

partie de cette étude, nous allons mettre en relief l'aventure du *Petit Prince*, à partir de son apparition en turc en 1953, jusqu'à nos jours.

I. 2. 2. La première traduction

En 1953, on a publié le premier numéro d'un nouveau magazine d'enfants, "Çocuk ve Yuva". Le magazine contenait des dossiers pour les enfants, des jeux, des dessins à colorier, des petites informations historiques et scientifiques. Quant à son contenu, le magazine était un similaire des magazines d'enfants de l'époque. Il a une grande importance pour l'histoire de la traduction en Turquie puisqu'elle contient les premières pages traduites du *Petit Prince* en Turc par Ahmet Muhip D rana. L'aventure exceptionnelle de cette oeuvre en Turquie a donc commencé avec ce numéro du magazine d'enfants, avec la traduction de D rana qui était également l'éditeur du magazine.

La traduction de D rana est publiée sous forme de feuilleton, partagée dans les treize premiers numéros du magazine "Çocuk ve Yuva". On a publié deux ou trois grandes pages de la traduction dans chaque numéro. Même si le format du magazine était très différent du format d'un livre, D rana avait respecté la mise en page originale et les dispositions des dessins de Saint-Exupéry. Pour l'édition originale du livre, l'auteur avait consciemment partagé les dessins entre les pages et la traduction de D rana est restée fidèle à la composition de l'auteur. D rana avait même respecté le déroulement du récit; entre les treize divisions du texte complet, le récit ne se coupe jamais en un moment de surprise ou en moitié d'une phrase ou d'un paragraphe. Egalement, le poète/traducteur qui avait bien découvert le déroulement du récit, avait choisi pour rompre le récit les moments où la tension augmentait, pour ainsi laisser le reste, au numéro suivant.

KÜÇÜK-SPRENS.

A. De Saint-EXUPÉRY

Türkçesi: A. MUBİP DİRANAS

İş adamı:
— İhtiyaç duyuyorsun, değil mi? Bu işi yapmanı, sana bir fikir veriyorum.
Çocuk, Fakat, dediğin ya ben değilim!
— Adımın.
— Çocuk Prensi bir türlü benimle konuşmüyor!
— Benim bir boyam, aktım oldu, onu boyamamı sevmez, zamanla tepki veriyor. Yağın bir çeşidi oldu, koparıp, kokular, alıp götürüldü. Ama sen yıldızları topluyorsun.
— Toplayamam. Ama bakıcılara korkum.
— Ne demek bu?
— Yani, yıldızların ışıklarını bu küçük kılıfın altına koyarsın, sonra bu kılıfı bir çekmeceye koyarsın.
— Evet, doğru.
— Saman, bu kadar.
— Çocuk Prensi, öğleceği bir şey bulduktan da satırsın, diye düşünmüştü. Ama iş, adının altında ettiği kadar ciddi bir iş değil.
— Çocuk Prensi ciddi işleri düşünmüyor, bu kadar.
— Benim, dedi, bir çiçeğin var, onu her gün suluyorum. Üç yarıdağın var, her hafta bunları temizliyorum. Herki düşünüyorum bile. Ne olur ne olmaz diye. Ben, sabit olduğum çiçeğe de, yollarıma da bakmaya çalışırım. Ama seni yıldızlara faydılı düşünmüştü.
— İş adamı cevap vermek için ağzını açmaya da niyetlenmişti. Ama bu iş adamı Zaten o anda Küçük Prensi de gözlerinden ayrılmıyordu.
Yolda, Küçük Prensi: Şu bu



— Bu iş adamı cevap vermek için ağzını açmaya da niyetlenmişti. Ama bu iş adamı Zaten o anda Küçük Prensi de gözlerinden ayrılmıyordu.
Yolda, Küçük Prensi: Şu bu

— Bu iş adamı cevap vermek için ağzını açmaya da niyetlenmişti. Ama bu iş adamı Zaten o anda Küçük Prensi de gözlerinden ayrılmıyordu.
Yolda, Küçük Prensi: Şu bu

La huitième partie du Petit Prince: numéro 8 du magazine "Çocuk ve Yuva"

Küçük Prens

(Her hafta 20 sen çıkarılır)

derdiğim. Bütün yıldızlar parlıyor, fakat hiçbirine bakmaya çalışmıyorum. Bütün yıldızlar bana soruyor.
— Susuyordum.
— Aman ne söylersin! Senin her şeyi düşünürken, benim her şeyi düşünürken.
O da susmuş. Çünkü ağlıyordu.
— Çabuk, Erkek İsmi. Yalnız başına bir iki adam oturuyor.
Oturdu. Korkmuştu.
Soran:
— Bilmiyorum. Çiğdem: Çiğdem susmamasına var uğradım. Ne kadar zayıf biliyorsun, ne kadar zayıf. Bir iki kere var, ama bir iş yapamaz, tükeldikten sonra konuşamaz.
Ben de oturdum, çünkü artık uykuya düşecek takımım yoktu.
— İşte böyle. Hepsi bu kadar!
— İddia. Bir daha tazedilmiş etlikten sonra kalktı. Bir adam attı. Ben, öldüğüm yerden, kımıldamıyordum.
Toplamıştı yanımda seni bir parçanın yapıp şimdi Küçük Prensi bir an hareketsiz durdu. Başlamadı. Sorusu bir ağaç devrilmiş gibi yavaşça devrildi. Yer kımıldadığı için gürültüsünü bile duyulmuş.
XXVII
Sindri, üzüldü, tam altı saatte geçti. Başına kadav bu olayı düşünmeye başlamadım. Arkadaşlarım beni keşfetmiş, hayata girmişce çok sevindiler. Hiçbirisi bilince, yorgandıktan, diye bulmuş buldum.
Sindri biraz evvansım durmuşum. Bütün bütün değil, biraz, Yıl

dünya kavrayışından eminim. Çünkü, uykuya, oturma, uyuma, güvenceleri gözetmedim: bu güvenceler ağır bir görev değildi. Aralık geceleri yıldızları düşünmek hoşuma geliyordu. Sanki her şeyi düşünüyordum.
Fakat işe bakın ki, ulaşılan bir durum var. Küçük Prensi çıldırıyor. Tamamı. Kuyruğunu oturtmuşum. Tamamı koyuna takılmıyacak. Kerdi kervane, ne yapacak acaba, diyorum, askim koymun çiçeğin yanına!
Soran Adına geliyor: "Yık, diyor, yemez. Küçük Prensi çiçeğini gıcırletmiş, kavranmış kapıyor, koyuna da gıcır kulak olur." Böyle düşünürken keyfin yerini alıyor. Yıldızlar, hafızla gülmüyor.
Bir de düşünüyorum: "Hiç mi dalgın olmaz? O zaman tamam. Bir akşam kavranmış koyunamı getirir, yabak koyun gıcırletir, sen sızır sızır gülmüşün çıkar." Ben böyle düşünürken uğraklar ağlamaya başlıyor.
Bunları büyük bir sır var. Benim gibi Küçük Prensi evren için değil, bu evrende küçük şey, netice olduğu bilimsel bir yerde bilim için bir koyunun bir güllü yemeli yabak yemene kadar yaşamak istemiyor.
Gök yüzüne bakın. Soran: "Koyun güllü yemeli, yememeli mi? Çarekendir ki her şeyin yerini ona göre değışecek.
Fakat benim bu kadar önemli olduğuna büyüklerce anlamazlar!"
SON

Örneği Baskıyerisi

Kıyam EVREN

Bu iş adamı cevap vermek için ağzını açmaya da niyetlenmişti. Ama bu iş adamı Zaten o anda Küçük Prensi de gözlerinden ayrılmıyordu.
Yolda, Küçük Prensi: Şu bu

ASENA
(21 den devam)
Bu iş adamı cevap vermek için ağzını açmaya da niyetlenmişti. Ama bu iş adamı Zaten o anda Küçük Prensi de gözlerinden ayrılmıyordu.
Yolda, Küçük Prensi: Şu bu

La dernière partie du Petit Prince: numéro 13 du magazine "Çocuk ve Yuva"

Le lecteur turc qui avait lu pour la première fois cette traduction qui prenait une petite place dans ce grand magazine d'enfants, ne pouvait pas imaginer que *Le Petit Prince* pourrait être un chef d'oeuvre littéraire de l'époque. De cette publication jusqu'à nos jours, on ne voit aucune autre traduction du *Petit Prince* publiée sous forme de feuilleton dans un magazine. C'est pourquoi nous allons mettre cette traduction unique en dehors des comparaisons des éditions sous forme du livre du *Petit Prince*. Cependant, le texte de Diran sera un exemple étudié quant aux comparaisons des traductions. Ainsi, l'emploi de cette traduction dans un magazine d'enfants, même pas sous forme de livre, nous révèle la perception du *Petit Prince* par le monde de la publication turque: L'équipe éditoriale du magazine voyait *Le Petit Prince* comme une oeuvre écrite pour les enfants, un conte ou un récit fantastique et définissait son audience cible: les enfants. Le livre, qui n'est pas présenté directement comme un texte destiné uniquement aux enfants dans le monde entier, au contraire, il a commencé son aventure en Turquie sous l'étiquette "lecture pour les enfants".

I. 2. 3. Les deux premières éditions sous forme de livre

Comme on rencontre toujours de détails et faits surprenants dans l'aventure du *Petit Prince* en Turquie, le début de cette aventure est aussi étonnant, car au contraire de presque toutes les traductions des oeuvres étrangères en turc, *Le Petit Prince* n'est pas traduit et publié une seule fois au début, mais il est traduit trois fois et publiés en même temps. En outre de la traduction de D ranas publiée en feuillets en 1953, la même année, nous voyons deux autres traductions, publiées par deux autres maisons d'édition. Il est difficile de dire quelle en était la première puisqu'on ne trouve pas les dates précises de publication dans les livres. Ces deux premières éditions du *Petit Prince* publiées sous forme de livre ont la traduction de Salih S. Uygur, publiée par Hüsniütabiat Matbaası à Istanbul et celle d'Ayşe Nur (le pseudonyme d'Azra Erhat), par les éditions de Doğan Kardeş à Istanbul.



La traduction de Salih S. Uygur
Hüsniütabiat Matbaas



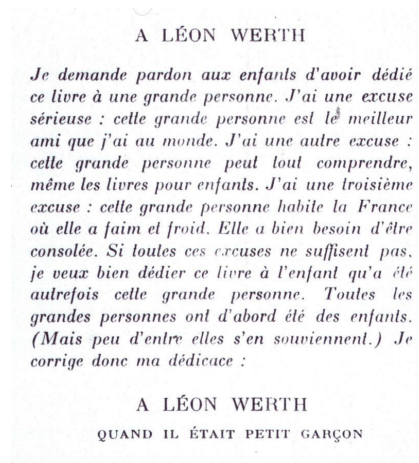
La traduction d'Ayşe Nur (Azra Erhat)
Les éditions Doğan Kardeş

La deuxième rencontre du *Petit Prince* avec le lecteur turc, avec deux éditions et deux différentes traductions dans la même année, nous annonce dès ces jours-là, qu'on va témoigner d'un déroulement exceptionnel dans l'histoire de la traduction du livre. Mais en outre d'être publié dans la même année et d'être les premières éditions, ces deux livres n'ont presque rien de commun, hormis le titre et le nom d'auteur.

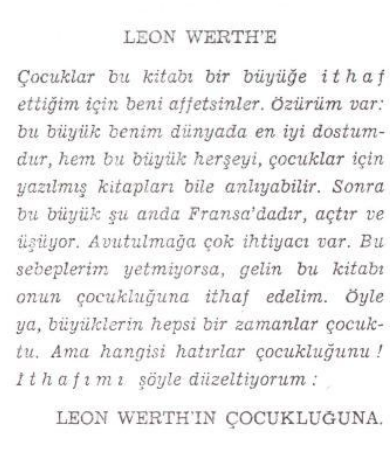
Dans l'aventure du *Petit Prince* en Turquie, parmi presque une centaine d'éditions, l'édition de Doğan Kardeş publiée avec la traduction d'Azra Erhat mérite une place considérable. Cette édition, avec sa qualité de publication et de traduction, avec le

travail très détaillé et soigné, peut être considérée comme la meilleure édition du *Petit Prince* publiée en Turquie jusqu'à présent. Ce livre est presque identique à l'édition la plus prestigieuse publiée par Gallimard et qu'on trouve dans les librairies sous le nom de "*Le Petit Prince: Edition reliée*". Les dimensions des éditions originale et turque sont identiques, les deux sont reliées et imprimées sur papier de très haute qualité. Pourtant nous pouvons bien dire qu'à cette époque-là en Turquie, il existait très peu de livres de telle qualité de couverture et de papiers. Les dessins originaux de Saint-Exupéry sont aussi imprimés, dans l'ordre du livre original et ces dessins sont aussi clairs et brillants que l'originale, même plus. Il est vraiment intéressant de rencontrer une telle édition, dans une époque où la capacité technique et économique est très limitée, presque identique à l'originale et qui exige un gros prix de revient.

Un autre détail étonnant qui nous montre le travail exceptionnel de la maison d'édition afin d'établir une édition identique à l'originale, c'est la préface de Saint-Exupéry dédiée à son ami Léon Werth et la dernière page du texte. Dans l'édition originale de Gallimard, pour la préface, on se sert de deux différents caractères typographiques : les lettres coincées en majuscules pour le titre et pour la dernière phrase de la préface, et les lettres en italique et en minuscules pour le reste du texte.



**La dédicace de Saint-Exupéry;
l'édition originale de Gallimard**



**La traduction de la dédicace;
l'édition de Doğan Kardeş**

Si nous considérons le livre dans son intégralité, ceci paraît comme un petit détail, mais l'édition de Doğan Kardeş a même transposé ces petits détails de l'édition originale à sa publication. C'est le même cas pour la dernière page de l'édition originale dans laquelle

on utilise des lettres d'un pointage de typographie plus petit que le reste du livre entier: la dernière page de l'édition turque est également imprimée en lettres d'un pointage plus petit que les pages précédentes.

La maison d'édition qui avait sans doute pour but de préparer un livre identique à l'original du *Petit Prince*, avait réalisé presque parfaitement la transposition d'un produit, d'une culture vers une autre, avec toutes ses caractéristiques visuelles et techniques. Il est assurément impossible de rencontrer un deuxième exemple d'une telle similarité parmi les traductions du *Petit Prince* en Turquie, au moins jusqu'à présent. Pourquoi publier un livre identique à l'édition originale, textuellement et visuellement, malgré un gros prix de revient? Il est difficile de déterminer le but des éditeurs mais les caractéristiques de cette édition nous donnent deux opinions: Le premier, l'éditeur pense que le livre, en dehors du texte, est une oeuvre, un produit complet, avec toutes ses caractéristiques: le format, les dessins, les typographies.. Le livre peut donc être complet à condition que tous les éléments textuels et visuels soient transmis. Le deuxième, la maison d'édition évite d'établir une idée préconçue dans les têtes des lecteurs sur *Le Petit Prince*. Le lecteur est laissé libre à prendre son propre jugement, après avoir acheté, lu et critiqué le livre. Cette édition n'indique rien du tout sur le genre et sur le but du livre et donc le lecteur cible de cette édition n'est pas défini par les éditeurs. Ces deux qualités de l'édition lui donnent une place bien prestigieuse parmi toutes les traductions du *Petit Prince* en Turquie.

L'autre traduction de la même année, faite par Salih S. Uygur nous montre une toute différente perception du *Petit Prince*. Au contraire de l'édition de Doğan Kardeş qui ne provoque aucune prédication sur le destinataire, nous voyons que l'édition de Hüsnütabiat Matbaas est préparée et destinée pour un certain public qui sont les enfants. A l'opposé de toutes les autres éditions jusqu'à présent, cette édition est publiée avec quatre avertissements, placés dans les dernières pages du livre, qui sont orientés directement vers les trois membres d'une petite famille: le père, la mère et l'enfant. C'est une méthode d'avertissement que l'on rencontre fréquemment dans les publications d'enfants de l'époque, et même d'aujourd'hui. Comme il est évident qu'un enfant n'est pas le vrai acheteur, puisqu'il n'a pas le pouvoir économique, d'un produit

de marché quelconque, le producteur veut influencer les autres membres de la famille, le père et la mère qui seront ses clients: Le livre est choisi et acheté par les parents, peut-être lu à l'enfant par le père ou la mère et finalement l'enfant est le dernier récepteur du produit. Afin d'atteindre tous les trois membres, on rencontre à la fin du livre un avertissement de nourritures des bébés, un deuxième de bas au métier pour les femmes, un autre de tracteurs pour les hommes. Le premier est orienté vers le père et la mère, le deuxième est destiné vers la femme et le dernier vers l'homme. Et pour l'enfant, on a ajouté deux caricatures. L'ensemble de ces éléments placés dans cet ordre est un bon exemple pour un certain genre de publication de l'époque: Ces avertissements sont toujours rencontrés dans les magazines d'enfants de l'époque, dans les bandes dessinées, dans les livres de contes...

Un autre détail qui peut nous révéler les indications sur le lecteur cible de cette édition, c'est la préface écrite par Bedii Faik, éditeur ou responsable de la maison d'édition. Dans la préface, il souligne le danger qui attend les enfants. Il écrit que les enfants sont abandonnés par les adultes et surtout laissés sans livres. Il signale l'importance de la lecture pour les enfants tout en soulignant l'importance de la traduction d'un tel livre, un conte classique et admirable qui fait naître les sentiments dignes et nobles dans les esprits des enfants. Dans cette édition, nous distinguons que la préface écrite par Saint-Exupéry est supprimée et celle de Bedii Faik est ajoutée dans le livre.

L'édition de Hüsniyat est l'une des rares éditions, avec des dessins qui ne sont pas les originaux de Saint-Exupéry. L'édition est unique avec ses dessins parce que ces dessins sont des copies des originaux, redessinés par un autre dessinateur. La couverture aussi, est redessinée par un illustrateur qui est resté fidèle à la composition originale. Cette méthode intéressante est populaire à l'époque et nous affiche plus de détails sur la perception de la maison d'édition. Ceci est une tradition dans le monde d'édition en Turquie pour les livres d'enfants: La publication des livres des enfants en Turquie commence avec les premières publications des bandes dessinées italiennes en turc vers les années 40. Ces publications qui sont exportées de l'Europe sous forme de livre -pas sous la forme de pellicule qu'on utilise dans l'imprimerie - sont toutes redessinées par les illustrateurs turcs qui sont restés fidèles aux dessins originaux. Pendant quinze ou

vingt années, les bandes dessinées italiennes en turc sont lues avec les dessins non originaux. Vers 1960, on a commencé à imprimer les dessins originaux, mais les couvertures sont toujours restées dessinées par les dessinateurs turcs, même vers la fin du dernier siècle. Donc, il est évident que *Le Petit Prince* de Hüsnütabiat Matbaas porte toutes les caractéristiques des publications pour enfants de l'époque.

En somme, les caractéristiques visuelles et textuelles de l'édition de Hüsnütabiat Matbaas nous montre que pour la maison d'édition, son livre "*Le Petit Prince*", est un livre d'enfants, également, il n'est même pas une oeuvre littéraire, mais un récit, un simple conte pour les enfants.

Ces deux premières traductions du *Petit Prince* en turc caractérisent déjà la diversité entre les éditions suivantes jusqu'à présent. Ces deux premières éditions nous montrent deux perceptions différentes –et opposées- du *Petit Prince* en Turquie: comme une oeuvre littéraire pour les adultes et comme un conte adorable pour les enfants.

I. 2. 4. De 1953 à 1983

Après sa première rencontre avec *Le Petit Prince* en 1953, le lecteur turc a dû attendre douze ans pour une nouvelle édition. Même si une durée de douze ans peut être acceptable pour une nouvelle traduction et une nouvelle édition d'un livre, dans le cas du *Petit Prince*, cette durée de douze ans qui s'est passée sans une nouvelle traduction est exceptionnelle dans l'histoire de ce livre en Turquie. Nous n'avons aucune information précise sur les tirages des deux premières éditions, pourtant nous pouvons dire que les tirages de ces deux livres n'ont pas deux ou trois mille exemplaires. A cette même époque, nous rencontrons des livres, comme "*L'Etranger*" ou "*La Nausée*", qui ont fait leurs deuxième ou troisième publications. Ceci nous affirme que pour un livre demandé par le lecteur, un seul tirage d'un ou deux mille exemplaires n'est pas suffisant pour satisfaire cette demande. Donc pendant ces douze ans, de 1953 à 1965, *Le Petit Prince* n'était pas un livre très populaire et demandé par le lecteur turc.

Après douze ans d'absence, une nouvelle édition avec une nouvelle traduction a été publiée par la maison d'édition Bilgi en 1965. Cette maison d'édition célèbre d'aujourd'hui, était au début de sa carrière et *Le Petit Prince* était le huitième livre publié par cette maison d'édition. Pour cette édition, bien loin de réimprimer l'une des deux anciennes traductions, on a demandé une nouvelle traduction à deux écrivains célèbres Cemal Süreya et Tomris Uyar (avec le pseudonyme R. Tomris). Le livre qui contient le travail commun de Süreya et Uyar est imprimé sous le même format que tous les autres livres de cette maison d'édition, sous forme de livre de poche et avec les dessins de Saint-Exupéry. À la première page du livre, on avait indiqué le nom de la collection : « Les contes pour les grands et les petits: no 1 ». Cette indication nous montre qu'on a fait une véritable critique littéraire du livre par les éditeurs ou les traducteurs parce qu'à défaut de qualifier le livre comme un livre d'enfants, -comme on a rarement fait-, le nom de la série nous donne l'une des plus importantes qualités de cette oeuvre : Etre un conte fantastique et un récit philosophique. Comme il n'était pas obligatoire de placer cette indication, la maison d'édition a souhaité d'annoncer au lecteur que *Le Petit Prince* est destiné à tous, aux lecteurs adultes et petits à la fois.

L'année 1969 est importante dans l'aventure du *Petit Prince* en Turquie parce qu'en cette année, le lecteur turc a poussé la maison d'édition Bilgi à faire une nouvelle édition. Cette seconde édition nous aide à justifier la demande accrue du lecteur turc pour *Le Petit Prince*. La maison d'édition Bilgi a commencé ses publications en 1965. Jusqu'en 1970, en cinq années, elle a publié plus de cent livres turcs et étrangers, presque tous célèbres et demandés. Le détail qui nous intéresse, c'est que, parmi les chefs d'oeuvre d'Albert Camus, d'Anton Chehov, de Shakespeare, de Gogol ou de Franz Kafka, pendant cette durée de cinq ans, il n'y a qu'un seul livre étranger traduit qui a fait sa seconde édition, c'est *Le Petit Prince*. La maison d'édition fait une seconde édition pour un seul livre traduit parmi ses centaines de publications et ceci nous montre que le lecteur turc, dès la deuxième moitié des années 60, a commencé à demander, à s'intéresser au *Petit Prince*. Un autre détail, parmi les cent trente et un livres de Bilgi, publiés de 1965 jusqu'à 1971, il se trouve deux autres romans de Saint-Exupéry, "*Le Pilote de Guerre*" et "*Le Vol de Nuit*". Nous pouvons donc dire que la demande du lecteur est surtout pour *Le Petit Prince*, pour le livre et non pour l'auteur.

Le Petit Prince qui est donc devenu une importante demande du lecteur turc, avait déjà dix-sept différentes éditions, avec sept différentes traductions à la fin de l'année 1983. Après les trois premières traductions d'Erhat, d'Uygur et de Süreya, *Le Petit Prince* est traduit de nouveau par Sabit Eren, Filiz Borak et Selim İleri. Ces nouvelles traductions sont publiées par les maisons d'édition les plus importantes de l'époque (et d'aujourd'hui) Varlık, Cem et İnkılâp. Ce n'est pas une donnée précise, mais nous estimons qu'il n'existe pas un autre livre en Turquie, qui soit publié par presque toutes les plus grandes maisons d'édition du pays, au cours d'une telle courte durée. Vers la fin de 1983, nous rencontrons deux autres éditions du *Petit Prince* sans nom de traducteurs.

Pour toutes ces nouvelles éditions, *Le Petit Prince* est toujours présenté comme un livre d'enfants. Nous allons distinguer tous les détails qui nous révèlent cette réalité dans les chapitres suivants, mais pour le moment, nous pouvons aisément dire que la première traduction publiée sous forme de feuilleton et l'édition de Hüsniyat Matbaas, comme elles étaient les premiers, ont été peut-être des éditions "sources" qui ont déterminé ou influencé les caractéristiques de leurs successeurs. Il est bien évident que dans le domaine du commerce, changer ou transformer les particularités d'un produit demandé et vendu, est un risque. C'est pourquoi, *Le Petit Prince* qui est connu et vendu comme un livre d'enfants dès le début, n'a pas subi de grands changements au cours des années.

Au demeurant, les vingt premières années du *Petit Prince* en Turquie, nous révèlent une demande du lecteur pour ce livre, qui augmente constamment et un nombre total d'éditions qui augmente parallèlement à la demande du lecteur. À la fin de sa vingtième année en Turquie, *Le Petit Prince* était donc devenu un classique, un livre célèbre.

I. 2. 5. La multitude de traductions (1985–2007)

De 1953 à 1983, *Le Petit Prince* a déjà vécu une période intéressante et exceptionnelle pour l'histoire de la traduction turque. Pourtant, celle-ci n'est pas autant étonnante que la deuxième période, dès 1984 jusqu'à présent.

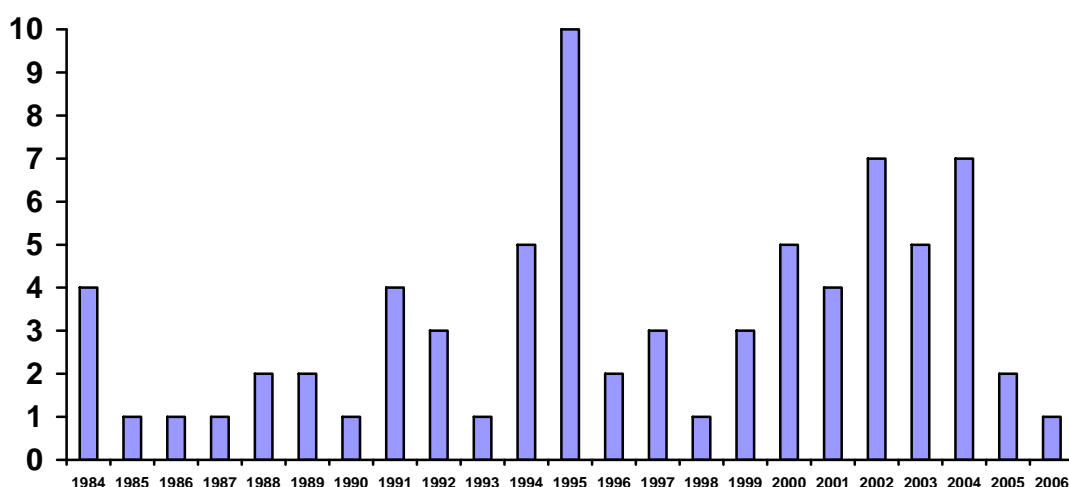
Les maisons d'édition qui ont pour but de publier une nouvelle édition d'un livre connu et déjà publié par une autre maison d'édition, font d'abord une analyse du marché. L'analyse comprend le nombre total des éditions du livre disponibles dans les librairies, leurs prix, leurs qualités, leurs ventes... Le résultat de ces analyses est un point d'appui pour comprendre si une nouvelle publication sera lucrative ou non. Pour expliquer mieux le processus dans le marché de la publication, prenons comme exemple les romans classiques toujours demandés et vendus. Les classiques sont très favorables pour les maisons d'édition parce que pour ces livres, le droit de reproduction est laissé libre par les lois et on les étudie à tous les niveaux de l'éducation; donc le prix de revient économique et la garantie de vente sont deux facteurs importants qui font naître la multitude de reproductions des classiques dans le marché. Ensuite, les maisons d'édition ne payent pas pour la traduction; les études et les recherches sur les traductions des classiques dans les dernières années, nous montrent qu'il n'est pas possible de parler d'une activité de traduction pour ces livres; quand on examine les textes de ces livres, on voit que le texte complet est un arrangement des morceaux prisés des plusieurs anciennes traductions du livre. Ceci est bien évidemment une activité hors-la-loi mais qu'on rencontre rarement en Turquie, surtout dans les dernières années.

Considérant ces avantages économiques, publier une nouvelle édition d'un roman classique ne peut pas être sans profit. Un dernier détail, nous pouvons aisément dire qu'il est difficile de rencontrer plus deux ou trois différentes éditions d'un livre dans les librairies, en même temps. Ceci est une autre exigence économique; si on veut vendre un produit et s'il existe déjà ses identiques dans le marché, il faut diminuer le prix; pourtant quand on diminue le prix de la vente au dessous du prix de revient, il est impossible d'avoir profit. Donc, pour un livre qui a deux ou trois différentes éditions dans le marché, il est rare de rencontrer une autre édition. En somme, les maisons d'édition attendent le moment où le tirage total d'un livre soit consommé pour présenter leurs nouvelles éditions au marché. C'est le cas général qu'on rencontre dans le marché de la publication pourtant *Le Petit Prince* constitue toujours une exception.

En 1984, nous constatons un grand accroissement du nombre total d'éditions du Petit Prince. Le livre qui est publié une fois par an, tout d'un coup, a été publié par quatre

nouvelles maisons d'édition avec quatre nouvelles traductions. De cette année jusqu'à présent, le lecteur turc n'a jamais cessé de demander *Le Petit Prince*, car il y a très peu d'années où on rencontre seulement une ou deux éditions publiées. Ainsi, après 1990, on a publié *Le Petit Prince* quatre ou cinq fois en moyenne chaque année.

L'année 1995 est le sommet dans l'histoire de la publication du livre. Dix éditions avec dix traductions d'un seul livre en une année, doivent être un record très difficile à battre. Les dix maisons d'édition publient la traduction d'un seul livre, qui se trouvait déjà dans les librairies. Donc, nous pouvons dire que les éditeurs des maisons d'édition qui ont probablement fait une analyse du marché, savaient que le livre sera vendu. Ceci est un cas très rare dans l'histoire du monde de la publication turque et nous montre la popularité du livre en Turquie. Nous pouvons bien distinguer le nombre d'édition du *Petit Prince* qui augmente de l'année en année dans le tableau suivant.



le nombre total d'édition selon années

Le tableau nous indique que particulièrement dans les quinze dernières années, on rencontre une ampleur de traduction du *Petit Prince*. Ajoutons ici que le tableau ne contient que des éditions inscrites. Car en Turquie, une maison d'édition, avant de présenter son produit, son livre au marché, il doit le faire enregistrer par le Ministère de la Culture. Pourtant, surtout vers la fin du dernier siècle, on a rencontré beaucoup de livres qui sont présentés dans le marché sans enregistrement. Ces livres sont particulièrement publiés par les petites maisons d'édition qui ont pour but de profiter des ventes de ces livres très demandés. Ces éditions sont vendues dans une région

limitée, avec basse qualité de publication et prix bas. Bien évidemment, *Le Petit Prince* était l'un des livres préférés par ces petites maisons d'édition. Donc, nous pouvons aisément dire que, en dehors du tableau, il existe un grand nombre d'édition du *Petit Prince*, sans enregistrement, mais vendu au cours des années.

La grande différence entre les deux périodes de l'aventure du *Petit Prince* est que, dès le début jusqu'au milieu des années 80, *Le Petit Prince* est toujours publié par les grandes maisons d'édition de l'époque et distribué autour de la Turquie. Par contre, dès les années 90, c'était plutôt les petites maisons d'édition qui ont publié *Le Petit Prince*. Cette différence entre les deux périodes nous montre que *Le Petit Prince* est devenu, de jour en jour, un produit de marché. Dans les chapitres suivants, nous examinerons toutes les caractéristiques des éditions, mais pour le moment nous nous contenterons de dire que les premières éditions, qui sont publiées par les grandes maisons d'édition, dans les mêmes collections des grands chefs d'oeuvre de l'époque, n'ont presque rien en commun avec les éditions de ces dernières années, sauf le titre populaire. Les premières éditions étaient plutôt choisies pour son contenu et popularité littéraire, par contre les dernières sont considérées comme des produits de marché, destinés à la consommation.

En somme, l'aventure exceptionnelle du *Petit Prince* marque une expérience unique dans l'histoire de publication et de traduction. Pour la Turquie, *Le Petit Prince* est un très bon exemple pour déterminer l'effet de la relation de la demande et l'offre, donc des décisions économiques sur une oeuvre littéraire. Il est évident que la grande demande du lecteur a fait naître un phénomène de traduction d'une oeuvre littéraire. Cependant nous devons demander si c'est le contenu littéraire du livre qui a créé cette demande ou est-ce qu'on peut parler de l'effet des facteurs non littéraires? Nous allons chercher une réponse à l'énigme de cette ampleur d'édition du *Petit Prince* à la fin de notre étude, après avoir examiné toutes les caractéristiques communes et distinctes de ces centaines différentes éditions, dans le chapitre suivant. Et finalement, le tableau suivant, préparé d'après l'inventaire de la Bibliothèque Nationale à Ankara, nous montre toutes les éditions du *Petit Prince* publiées en Turquie, avec les dates de publication, les maisons d'édition et les noms des traducteurs dans l'ordre chronologique.

L'année de publication	Le nom de la maison d'édition	Le nom du traducteur ou de la traductrice
1953	Çocuk ve Yuva #1-13	Ahmet Muhip D ranas
"	Doğan Kardeş	Azra Erhat (Ayşe Nur)
"	Hüsnütabiat Matbaasi	Salih S. Uygur
1965	Bilgi	C. Süreya,R.Tomris (Tomris Uyar)
1968	Yanki	Azra Erhat
"	Danışman	Sabit Eren
1969	Bilgi	Cemal Süreya, R. Tomris
1975	Varlık	Azra Erhat
"	Cem	Cemal Süreya, Tomris Uyar
1976	Sander	N. Sander
1977	İnkılap	Filiz Borak
1978	Cem	Cemal Süreya, Tomris Uyar
1980	Bilgi	Selim İleri
"	Cem	Cemal Süreya, Tomris Uyar
1981	İnkılap	Filiz Borak
1982	Bilgi	Selim İleri
1983	Burcu	<i>Sans nom de traducteur</i>
1984	Kurtuluş	<i>Sans nom de traducteur</i>
"	Bilgi	Selim İleri
"	Barış	Emine Erendor
"	Gün	Emine Erendor
1985	Erdem	Sedat Cumhuri
1986	Gendaş	<i>Sans nom de traducteur</i>
1987	Mavibulut	Fatih Erdoğan
1988	Bilgi	Selim İleri
"	Mavibulut	Fatih Erdoğan
1989	Esin	Aygören Dirim
"	Can	Tomris Uyar
1990	Bilgi	Selim İleri
1991	Cem	Cemal Süreya
"	Çiğdem	Azra Erhat
"	Engin	Nihal Yeğınobalı
"	Basbakanlık Aile Arastırma Kurumu	Fahrettin Arslan
1992	Bilgi	Selim İleri
"	Erdem	Sedat Cumhuri
"	Ünlü	<i>Sans nom de traducteur</i>
1993	Oda	Nuriye Yiğitler
1994	Düşünen Adam	Emel Tanver
"	Engin	Nihal Yeğınobalı
"	Esin	Aygören Dirim
"	Can	Tomris Uyar
"	Düşünen Adam	Emel Tanver
1995	Oda	Nuriye Yiğitler
"	Nehir	Muharrem Ekisçeli
"	Salan	Cengiz Köylüođlu
"	Görsel	Mehmet Harman
"	Salan	Cengiz Köylüođlu
"	Yeşilpınar	Arzu Durukan

“	Nurdan	Zafer Yurt
“	Can	Tomris Uyar
“	Meriç	İsmet Doğan
“	Oda	Nuriye Yigitler
1996	İnkılap	Filiz Borak
“	Mavibulut	Fatih Erdoğan
1997	Yeryüzü	Mustafa Özcan
“	Yaba	H. Gümüş Kırbıyık
“	Erdem	Sedat Cumhur
1998	Mert	<i>Sans nom de traducteur</i>
1999	Bilgi	Selim İleri
“	Nilüfer	Ekrem Aydiner
“	Bilgi	Selim İleri
2000	Bilgi	Selim İleri
“	Yap Kredi	Selim İleri
“	Ateşböceği	Emel Yıldız
“	Engin	Nihal Yeğinobalı
“	Başak	Gülhan Olcar
2001	Bilgi	Selim İleri
“	Nabu	H. Sayın
“	Pencere Önü	Ayşe Çeliktem
“	İnkılap	Filiz Borak
2002	Mavibulut	Fatih Erdoğan
“	Nehir	Muharrem Ekisçeli
“	Sentez	Faruk Cıl
“	Parlı	Cahide Günay
“	Bahar	Gülnehal Aydın
“	Aktif	Dr. Lokman Turan
“	Prizma	İbrahim Çelik
2003	Karınca	Karınca yayın kurulu
“	Mavibulut	Fatih Erdoğan
“	Babil	Yavuz Kızılçim
“	ÜBL	Ülker Baykal
“	Tomurcuk	Tayfun Güleç
2004	Ateşböceği	Emel Yıldız
“	Mavibulut	Fatih Erdoğan
“	Mavibulut	Yaşar Avunç
“	Berke	<i>Sans nom de traducteur</i>
“	Nehir	Muharrem Ekisçeli
“	Hece	Fahrettin Arslan
“	Gül	Cevdet Yalçın
2005	Ateşböceği	Emel Yıldız
“	Lotus	Ayberk Erkay
2006	Gönül	<i>Sans nom de traducteur</i>
<i>Sans date</i>	Ekin	Hamdi Tuncer
<i>Sans date</i>	SİM	Azra Erhat
<i>Sans date</i>	Olympos	Aslıhan Hakyemez

I. 2. 6. Le Petit Prince dans le média turc

Aujourd'hui, le pouvoir du média sur les goûts, sur les choix et même sur les perspectives de l'homme est indéniable. Ainsi, il est évident que la popularité d'une personne ou d'un produit dépend de leurs apparitions sur les divers moyens de communication de masse : la presse, la télévision, l'Internet... Nous pouvons aisément dire que si une œuvre artistique est connue à travers le monde, elle est manifestée sur plusieurs moyens de communication. *Le Petit Prince*, est l'une de ces œuvres artistiques qui ont intéressé les médias internationaux et qui ont augmenté leurs popularités grâce à ce pouvoir médiatique. Nous rencontrons cet intérêt du média pour *Le Petit Prince* aussi en Turquie.

Pendant nos recherches, nous avons rencontré des milliers de nouvelles sur *Le Petit Prince* apparus dans la presse turque, sur la télévision et l'Internet. Nos recherches nous ont montré que *Le Petit Prince* est l'une de rares œuvres littéraires qui ont toujours été présentes dans le média turc. Pourtant, nous pouvons aisément dire que le contenu littéraire du livre n'est surtout pas l'élément principal pour l'intérêt du média. Nous pouvons grouper les deux caractéristiques du livre qui ont toujours été les deux thèmes essentiels des informations sur *Le Petit Prince* apparus dans les divers moyens médiatiques, ce sont : "être un phénomène de traduction pour la Turquie" et "la problème de l'expression "dictateur turc".

Ces nouvelles contiennent quelques points communs. Nous avons observé que les rubriques sous lesquelles *Le Petit Prince* en Turquie, dès le début jusqu'à nos jours, sont toujours reparties autour des mêmes thèmes et des mêmes théories. Il est vraiment difficile de rencontrer une publication sur *Le Petit Prince* qui nous parle d'une autre caractéristique du livre en dehors de ces deux thèmes que nous avons mentionnés à la fin du dernier paragraphe. Nous pouvons grouper les traits caractéristiques de ces rubriques apparues dans le média turc comme ceci :

- "*Le Petit Prince* comme un phénomène de traduction" : "Pourquoi on traduit encore *Le Petit Prince* en Turquie?", "*Le Petit Prince* est l'un des livres publiés

sans droit d'auteur", "Est-ce que *Le Petit Prince* est écrit pour les enfants ou les adultes?", "Est-ce que les traductions du *Petit Prince* sont faites pour les enfants ou les adultes?"

- "Dictateur turc": "Est-ce que l'auteur prend pour cible Mustafa Kemal Atatürk?", "*Le Petit Prince* est censuré", "*Le Petit Prince* est dans la liste "les 100 œuvres essentielles pour les enfants" déclarée par le Ministère de l'Éducation", "*Le Petit Prince* est exclu de la liste "les 100 œuvres essentielles", "les choix des traducteurs du *Petit Prince*".

Nos recherches nous ont montré que le média turc, n'a pas intéressé au contenu textuel, à la richesse littéraire ou à l'importance du livre dans la littérature mondiale. Pourtant, l'expression "turc" et la multitude de traductions vers la langue turque sont sans doute des caractéristiques attirantes et exceptionnelles pour le lecteur et le média turcs. Le livre n'a pas eu toujours un aspect positif –comme il est interdit et représenté comme un livre "dangereux", pourtant le lecteur turc a toujours eu l'occasion de trouver *Le Petit Prince*. Nous pouvons donc bien dire que la présence du *Petit Prince* dans le média turc dès son apparition en turc, est l'un des facteurs essentiels qui établissent sa popularité exceptionnelle en Turquie.

I. 2. 7. Le Petit Prince dans le système éducatif turc

En outre de sa popularité dans le média turc et sa place exceptionnelle dans le domaine de traduction en Turquie, *Le Petit Prince* est aussi un livre important dans le système éducatif turc, surtout pour l'apprentissage de la langue française. Nous savons que *Le Petit Prince* est l'un des livres qu'on utilise dans l'apprentissage du français, à travers le monde. Ceci est sans doute un autre facteur important pour la popularité mondiale du livre. *Le Petit Prince*, en dehors de son aspect littéraire, est donc un texte source pour les gens de toutes les nationalités qui apprennent le français. Ceci nous donne un grand nombre de lecteurs du *Petit Prince* à travers le monde.

Il est évident qu'en Turquie, le français et l'anglais sont deux langues qu'on étudie tous les niveaux de l'éducation. Dans les écoles primaires et les lycées francophones, et dans certaines universités, on pratique l'apprentissage de la langue française pendant des années. En Turquie, comme dans le monde entier, *Le Petit Prince* a été toujours un livre source pour les étudiants de ces écoles francophones. Le livre, en dehors de son rôle dans l'apprentissage de langue étrangère, est aussi employé dans les programmes des départements de la philosophie des universités turques.

En somme, nous pouvons dire que *Le Petit Prince* est lu par un grand nombre d'étudiants turcs. Ici, nous pouvons ajouter l'une des conséquences de son rôle dans le système éducatif en Turquie : L'œuvre de Saint-Exupéry, comme il est devenu un livre de cours, est toujours demandée par les étudiants, donc par les acheteurs. Cette demande incessante est l'un des facteurs les plus importants qui dirigent les maisons d'édition de publier *Le Petit Prince* plusieurs fois. Donc, pour les maisons d'édition, le livre n'est pas seulement une œuvre étrangère, mais un livre de cours qui garantit la vente.

II. LE PETIT PRINCE DANS LE MARCHÉ TURC

Dans ce chapitre, nous allons examiner les quatre-vingt-cinq différentes éditions turques du *Petit Prince* que nous avons pu atteindre. Parmi ces quatre-vingt-cinq différentes éditions, il en existe plusieurs qui sont publiées par la même maison d'édition; pourtant nous les avons ajoutées à notre enquête parce qu'on rencontre souvent des différences visuelles et textuelles entre les diverses éditions publiées par la même maison d'édition.

Cette comparaison peut nous montrer la perception du *Petit Prince* par les éditeurs des maisons d'édition et par conséquent par les lecteurs turcs. Le livre, étant un produit de marché, ne peut pas exister en dehors des règles économiques, surtout de la relation entre la demande et l'offre. Donc, il n'est pas insensé de dire que la relation entre le lecteur, celui qui demande, et la maison d'édition, celui qui offre, a un grand impact sur toutes les caractéristiques textuelles et visuelles d'un livre. Si on rencontre des grands changements entre les différentes éditions d'un livre au cours des années, la demande du lecteur et la perception de la maison d'édition en devraient être les acteurs essentiels. Dans cette enquête sur les caractéristiques des éditions du *Petit Prince*, les différences ou les ressemblances entre ces multitudes publications du livre sont remarquables et portent les traits de la perception du lecteur turc.

Pour la majorité des éditions mondiales du *Petit Prince*, l'édition originale publiée par Gallimard est toujours un exemple à suivre. Presque toutes ces éditions sont publiées sous cette même forme, avec la même typographie et avec la même mise en page. Par contre, en Turquie, on rencontre des éditions qui sont restées fidèles à l'édition originale et des éditions qui ont comme titre "*Le Petit Prince*" mais qui sont très loin d'en être une traduction. Nous avons groupé ces ressemblances et dissemblances quant aux noms de traducteur, aux couvertures, aux dimensions, aux indications, aux prix et aux places réservées pour *Le Petit Prince* dans les libraires d'aujourd'hui.

II. 1. LES TRADUCTEURS

“Le traducteur” est bien évidemment la seule caractéristique qui ne figure pas dans l’édition originale. Donc, pour ceci, il est impossible de faire une comparaison entre les éditions turques et l’édition originale du livre. Pourtant, il est important de faire une comparaison entre les différentes éditions turques et de distinguer comment on a nommé l’activité de traduction et celui qui exerce cette activité.

Il est évident que la Turquie, est l’un des pays qu’on traduit beaucoup. Après la proclamation de la République, la Turquie a sans doute vécu une deuxième renaissance dans le monde et presque tous les chefs d’oeuvres de la littérature mondiale ont été traduits en turc pendant une très courte période. L’activité de traduction qui est organisée par les organes de l’Etat, était une grande richesse pour la littérature turque. Ceci était très important pour que le lecteur turc rencontre les grandes tendances artistiques étrangères. Cette organisation de traduction a souligné l’importance du traducteur. Dans la majorité des livres publiés à cette époque, le nom de traducteur est toujours placé sur la couverture, au-dessus ou au-dessous de l’auteur de l’oeuvre. Cette tradition est surtout appliquée pour les livres classiques, pour les livres littéraires et pour les oeuvres philosophiques. Pourtant, on ne peut pas parler d’un cas pareil pour les livres d’enfants et autres oeuvres paralittéraires, - romans roses, romans d’aventures ou romans policiers. Les livres de cette époque peuvent être aisément identifiés à partir de leurs couvertures; les oeuvres littéraires sont publiées avec des couvertures simples, sans dessins, contenant seulement le titre, le nom d’auteur et de traducteur. Par contre, les oeuvres paralittéraires, -surtout les livres d’enfants, sont publiées avec les couvertures pleines de dessins coloriés et habituellement sans le nom d’auteur. Le tableau suivant nous montre comment on a identifié le traducteur sur les couvertures des éditions du *Petit Prince* publiées en Turquie.

Le nombre total des éditions	Le nom de traducteur figure	Le nom de traducteur ne figure pas	Le nom de traducteur et le nom d’auteur ne figurent pas
85	13	67	5

Le tableau nous montre que le nom de traducteur n'est pas indiqué sur les couvertures de la plupart des éditions. Ceci peut nous donner des indices sur l'audience cible des maisons d'édition. La couverture, qui est l'élément qui attire l'acheteur au premier pas, est surtout préparée pour le goût de l'acheteur cible. Il est très rare de rencontrer un roman rose avec une couverture toute noire ou une édition d'un livre sacré avec une couverture dessinée en couleurs, avec des figures animées. La couverture qui est destinée à un enfant doit contenir quelques détails comme les couleurs, les figures dessinées, les lettres faciles à lire ou une image fantastique, attirant l'enfant. Sur une telle couverture, on rencontre rarement les noms propres. Les maisons d'édition qui considèrent que la multitude des noms propres qui créent évidemment une relation avec le monde réel peut avoir un effet négatif sur le monde imaginaire de l'enfant et elles tentent de placer moins d'indices sur les personnages réels autant que possible. Donc, ceci nous donne un petit indice sur l'audience cible des éditions du *Petit Prince* : Si nous considérons la majorité des couvertures, nous pouvons dire que l'aspect visuel extérieur du livre est orienté vers enfants.

Une deuxième différence à remarquer entre les éditions turques, est peut-être un indice très important en terme de la caractéristique des traductions vers le turc du *Petit Prince*. Dans le tableau, nous voyons la présentation et l'identification du "traducteur".

Le nombre total des éditions: 85	L'identité du traducteur ou de la traductrice
21	"Çeviren" (traduit par)
9	"Türkçesi" (traduit du turc par)
3	"Türkçeleştiren"
11	"Haz rlayan" (composeur)
5	"Düzenleyen" (arrangeur)
4	"Anlatan" (raconté par)
5	"Yay›na haz rlayan" (composeur)
27	Pas d'indication

Définissons d'abord "le traducteur" et son équivalent en Turc, "mütercim / çevirmen" par deux dictionnaires essentiels de deux langues. La définition du Dictionnaire de l'Académie Française : "TRADUCTEUR, TRICE. n. celui, celle qui traduit d'une

langue en une autre⁸.” La définition du dictionnaire de Türk Dil Kurumu: “ÇEVİRMEN: Bir yazıyı veya konuşmayı bir dilden başka bir dile çeviren kimse, çevirici, dilmaç, tercüman, mütercim⁹”.

Les deux définitions marquent la transposition d’une expression linguistique d’une langue en une autre. Pourtant, ils signifient l’activité indispensable pour compléter cette transposition : la traduction. Donc, le traducteur est celui qui exerce cette activité de transposition d’un énoncé d’une langue en une autre, en appliquant l’acte défini sous le nom de traduction. Dès lors, un livre a besoin d’un traducteur pour être traduit.

Selon le tableau ci-dessus, il est clair que celui qui exerce l’activité de la traduction n’est pas toujours identifié comme un “*traducteur*”. Comme le tableau nous le montre, une bonne partie des éditions du *Petit Prince* acceptent déjà que leurs éditions ne présentent pas au lecteur une traduction. Dans ces livres, on accepte qu’il n’est pas possible de parler d’une activité de traduction puisqu’on indique le nom d’“un arrangeur” du livre, mais pas d’“un traducteur”: “haz rlayan”, “düzenleyen”, “anlatan”, “yay›na haz rlayan”. Les autres déclarent que leurs éditions présentent aux lecteurs, des traductions faites par des traducteurs, et annoncent sur le livre, le nom de celui qui exerce l’acte de traduction: “çevirmen”, “Türkçeye çeviren”, “çeviri: ”. Donc, la différence textuelle entre les deux groupes est déjà déterminée par soi-même.

La transposition du *Petit Prince* en Turc est réalisée par deux méthodes: la traduction et la reconstruction d’un texte source. Dans le chapitre suivant, nous allons examiner et essayer de déterminer la réussite des traductions dans diverses éditions. Pour le moment, nous contentons de mettre en évidence la multitude de ces reconstructions. Ces livres, comme on a vu dans le tableau, sont des textes “préparés”, “arrangés” ou “racontés”. La transposition d’une langue en une autre d’une oeuvre littéraire de tous les genres, est réalisée par l’acte de traduction. Pourtant, un genre est exceptionnel parce que les textes sources des oeuvres de ce genre sont plutôt inconnus: ce sont les contes. Les contes, d’une culture/langue quelconque sont en général des oeuvres qui appartiennent à la littérature orale. Donc, surtout pour la traduction des textes de ce

⁸ *Dictionnaire de l’Académie française*, Paris, Fayard, 2005.

⁹ *Türk Dil Kurumu Sözlüğü*, Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları, 1998.

genre, il est difficile de trouver un texte source unique; on rencontre rarement des différentes adaptations des contes dans plusieurs langues. La transposition de ces oeuvres entre les différentes langues d'arrivée doit donc être réalisée par une traduction orale. Même dans la même langue, la transposition d'un conte au cours des siècles est appliquée par des textes racontés ou adaptés. Ici donc, en critiquant la réussite textuelle d'un conte étranger, il n'est pas raisonnable de parler de ses caractéristiques de la traduction, parce que l'acte qu'on rencontre ici est l'adaptation d'un narrateur.

En somme, tous ces renseignements nous dirigent vers cette vérité que plusieurs maisons d'édition ont compris *Le Petit Prince* ou ont pour but de le présenter au lecteur, pas comme une oeuvre de la littérature française du dernier siècle, mais comme un conte français traditionnel. Comme presque tous les contes étrangers qu'on a publiés en turc, l'aventure du *Petit Prince* est racontée au lecteur par un narrateur. Et naturellement, il est très évident de rencontrer des diversités entre les adaptations. Car le narrateur doit ajouter sa propre perception, sa vision et son but au texte source.

Bien évidemment, nous rencontrons surtout des "traducteurs" dans les éditions du *Petit Prince* publiées par les grandes maisons d'édition de l'époque. Ces éditions qui sont distribuées partout en Turquie, ne sont pas les seuls livres publiés par ces maisons d'édition, donc étant un ouvrage dans leur liste de la publication, la qualité de tous les livres dans cette liste va créer la réussite et le prestige de ces maisons d'édition. Dès lors, toutes les grandes maisons d'éditions de l'époque ont choisi les "traducteurs", même les écrivains célèbres de l'époque comme Cemal Süreya, Azra Erhat ou Selim İleri. Pourtant, les petites maisons d'édition qui n'ont aucune inquiétude pour leurs prestiges dans le monde de la publication -et donc leur seul but est de profiter des ventes des livres déjà connus et beaucoup vendus- ne donnent pas évidemment autant d'importance à la qualité du texte. Ces éditions sont plutôt des arrangements ou des adaptations des responsables des maisons d'édition.

II. 2. LES COUVERTURES



La couverture célèbre de l'édition originale par Gallimard

Nous voyons ci-dessus la couverture originale et célèbre du *Petit Prince* publiée par les éditions Gallimard pour une dizaine de fois dès le début jusqu'à nos jours. Cette couverture est aussi employée par la plupart des éditions internationales du livre. Nous pouvons dire qu'on a choisi une très bonne composition graphique pour la couverture du livre. La base de la couverture est blanche et y prend place le dessin original de Saint-Exupéry. Ici, l'auteur représente *Le Petit Prince* qui s'arrête au début sur son astéroïde B 612, regardant le coucher du soleil, avec une étrange expression sur le visage, - étonné et triste. L'astéroïde du Petit Prince est représenté dans l'espace, entre les autres planètes et étoiles et nous apercevons quatre fleurs, un petit arbre et un volcan éteint sur l'astéroïde. Le titre "*Le Petit Prince*" est aussi employé souvent dans les autres éditions parce que sa typographie est un facteur visuel très attractif et donne le caractère mythique et enfantin du livre en même temps. En outre de cette couverture, les couvertures dans le monde contiennent habituellement un autre dessin du *Petit Prince* dessiné par Saint-Exupéry. Il est très rare de voir une couverture qui représente le dessin d'un autre illustrateur ou une quelconque image en dehors du livre.

En Turquie, nous rencontrons une multiplicité de couvertures. Le tableau suivant groupe les quatre-vingt-cinq couvertures par leurs caractéristiques essentielles :

Le nombre total des éditions	La même couverture que l'originale	Un quelconque dessin de Saint-Exupéry employé	Une toute différente couverture
85	20	19	46

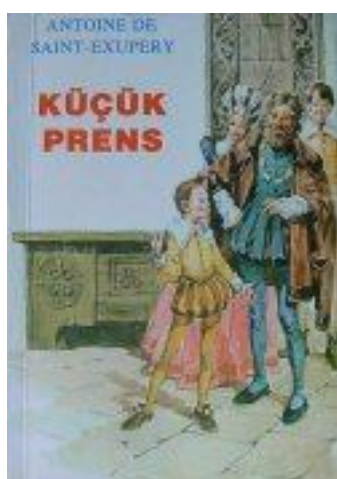
Le tableau nous montre que dans les vingt éditions, on a employé la couverture originale de Gallimard. Donc approximativement une couverture sur quatre est publiée avec cette fameuse couverture; c'est sans doute une proportion au-dessous de la majorité dans le monde entier. Ainsi, dans les dix-neuf éditions, nous constatons une composition graphique qui figure un dessin quelconque du *Petit Prince* dessiné par Saint-Exupéry. Parmi une dizaine de dessins de l'auteur, les illustrateurs turcs ont surtout choisi le dessin qui représente le petit prince debout, avec une épée à la main et dans son costume princier. C'est une belle image qui représente presque toutes les caractéristiques du *Petit Prince*. D'ailleurs, dans l'édition originale du livre, au-dessous de ce dessin qui se trouve dans la treizième page et qui couvre la page entière, on a marqué la parole de Saint-Exupéry: "Voilà le meilleur portrait que, plus tard, j'ai réussi à faire de lui." (Saint-Exupéry 1983 : 13)

En dehors de ces couvertures proches de l'originale, nous voyons quarante-six éditions, publiées avec des différentes couvertures, qui peuvent être un point d'appui pour nous, afin de bien distinguer la réception du livre en Turquie. Même si ces couvertures sont toutes différentes, nous remarquons des éléments communs. Dans le tableau suivant, nous allons comparer ces quarante-six couvertures par rapport à ces éléments communs.

Le nombre total des couvertures différentes	Une figure d'enfant	L'arrière-fond		La pèlerine ou le costume princier
		L'espace/ les planètes	Un endroit fantastique	
46	43	28	7	28

Le tableau nous montre que, sur ces couvertures, on représente le petit prince presque toujours dans un endroit imaginaire. Il se trouve plutôt dans l'espace, sur une planète ou une étoile et parfois on le voit dans une forêt fantastique ou une place inconnue et imaginaire dans le monde. Ces arrière-fonds sont surtout influencés de la couverture originale, mais on rencontre aussi des images directement copiées des livres du conte ou qui représentent les autres caractères connus dans différents contes célèbres.

Sur les couvertures, on n'a pas toujours le même décor mais on rencontre en tout cas une figure d'enfant. Cet enfant est toujours placé au premier plan. Il est une figure dessinée ou copiée des dessins des autres livres, surtout des contes. Pourtant, ces dessins, soit dessinés par un illustrateur, soit copiés d'un autre livre, sont consciemment choisis. Ce choix est parallèle à l'histoire du *Petit Prince*. Prenons la couverture des éditions Kurtuluş.



Le Petit Prince des éditions Kurtuluş



Le Petit Prince des éditions Bahar

Le dessin de la couverture du *Petit Prince* des éditions Kurtuluş, est sans doute emprunté à un autre conte parce que dans le dessin, il se trouve un petit garçon, un roi et deux femmes à l'arrière-plan. Il est évident qu'on ne rencontre pas deux femmes habillées comme des princesses dans l'aventure du *Petit Prince*. Pourtant, remarquons que le dessin, au premier plan, représente le dialogue entre le petit garçon et le roi. Ce dialogue nous rappelle celui entre le petit prince et le roi qu'il a rencontré pendant ses voyages. Un autre exemple: sur la couverture de l'édition de Bahar Yayinevi, on rencontre un vrai prince, avec son chapeau, son costume, son épée et qui parle un renard dans une forêt fantastique. Ce dessin aussi est sans doute copié d'un autre livre d'enfants pourtant cette couverture nous représente le dialogue célèbre entre le petit prince et le renard sur "l'appivoisement". Un dernier détail commun, la majorité de ces petits garçons dessinés sont habillés comme un prince. Ils ont des épées, des pèlerines, des costumes fantastiques. Même si ces garçons ne ressemblent pas beaucoup au *Petit Prince* de Saint-Exupéry, personne ne peut refuser qu'il s'agit d'un "prince", comme l'indique le titre "*Le Petit Prince*". En somme, ces caractéristiques communes entre les

couvertures, nous révèlent aussi que la majorité des éditions du *Petit Prince* sont préparées pour être la couverture d'un livre de conte. Ces éditions s'adressent toujours aux enfants ou à leurs parents qui sont les vrais acheteurs.

Une autre caractéristique commune que nous allons examiner entre les couvertures du *Petit Prince* est une vraie exception parmi toutes les éditions du livre autour du monde. C'est l'expression sur le visage du *Petit Prince*. Pour l'édition originale, Saint-Exupéry dessine vingt-deux représentations du *Petit Prince*. Ces dessins sont placés dans le livre et l'un d'eux est employé sur la couverture. Dans tous ces dessins, Saint-Exupéry, représente le petit prince avec une expression triste, étonnée ou troublée. Ces dessins représentent évidemment le vrai caractère du *Petit Prince*. Les vingt dessins sur vingt-deux ont strictement un *Petit Prince* triste ou troublé; dans deux dessins parmi eux, l'expression n'est pas très claire, et nous pouvons dire qu'il peut y exister un petit sourire imprécis. Pourtant même ces deux dessins ne représentent pas le petit prince absolument heureux et souriant. Dans les éditions étrangères où l'on rencontre une nouvelle illustration du petit prince par un autre dessinateur, il n'existe presque aucune édition qui représente le petit prince avec une expression en dehors de l'originale. Par contre, les éditions turques constituent toujours des exceptions. Dans le tableau suivant, nous allons comparer les couvertures selon l'expression du *Petit Prince* sur les couvertures des éditions.

Le nombre total des couvertures différentes	L'image d'un enfant souriant	L'image d'un enfant troublé ou étourdi	On ne voit pas le visage de l'enfant
46	24	8	14

Le tableau nous montre que presque la moitié des éditeurs ou des responsables des éditions turques ont choisi de représenter le petit prince comme un petit garçon heureux qui rit. Seulement dans huit éditions, le petit prince est représenté comme un garçon ennuyé ou inquiet peut-être pour sa fleur ou pour ses baobabs. Dans quatorze couvertures, on ne voit que le dos du petit garçon donc on ne voit pas son visage, et dans quelques couvertures, le dessin est très petit, on ne peut pas distinguer l'expression

du garçon. Pourtant, ici, il nous paraît nécessaire de demander pourquoi le petit prince malheureux de Saint-Exupéry rit souvent pendant son aventure en Turquie. Pourquoi représenter comme un petit garçon heureux le petit prince qui est inquiet pour sa fleur, pour sa planète, même pour soi-même, qui est toujours en train de chercher quelque chose, qui est stupéfait des inconnus qu'il rencontre sur la route et en somme qui va à la mort vers la fin de son aventure? Comme cette représentation opposée aux caractéristiques du Petit Prince se trouve dans plusieurs éditions turques, ceci doit être le résultat d'une exigence.

C'est une vérité que tous les livres d'enfants sont présentés avec les figures imaginaires incroyables, puissantes, belles, adorables. L'enfant, lecteur cible de ces publications, désire devenir un "autre", plus puissant et plus adorable que lui-même. Alors, il désire devenir un équivalent de ses créations imaginaires. C'est le cas dans tous les domaines où l'audience cible est l'enfant. Il n'existe presque aucun caractère imaginaire qui soit représenté comme un simple enfant, qui porte les mêmes souffrances enfantines ou adolescentes. Ces caractères créés pour fasciner l'enfant, doivent porter au moins une particularité supérieure. Ceci indique aussi le but, le destinataire cible des maisons d'éditions qui ont publié *Le Petit Prince*, sous une image d'un garçon heureux, et plutôt "un prince des rêves". Pour le lecteur adulte, la présentation ou l'expression du *Petit Prince* dans le livre, n'a pas tant d'importance parce que, pour lui, l'exemple imaginaire qu'il veut devenir n'est plus un "prince" qui vit des aventures incroyables. Ceci est le rêve d'un enfant. C'est pourquoi, la maison d'édition qui détermine son récepteur cible, doit satisfaire les envies de son destinataire. Un prince qui rit, avec son épée et son costume adorable, qui vit dans l'espace ou dans les endroits fantastiques est exactement la demande d'un enfant et il existe les contes ou les bandes dessinées pour satisfaire cette demande. L'emploi de ces éléments, hors de la source originale, dans les éditions du *Petit Prince* est encore une autre justification de la présentation orientée vers le lecteur enfant de l'oeuvre de Saint-Exupéry.

II. 3. LES FORMATS

Les éditions turques du *Petit Prince* ont très peu de diversité quant à leurs formats. Le format le plus rencontré est le format broché de 13 cm x 18 cm. Toutes les éditions du *Petit Prince* en Turquie sont présentées approximativement avec ce format.

En Europe et aux Etats-Unis, outre les formats classiques et habituels des maisons d'édition, on re-imprime les livres très demandés ou les livres qui sont devenus des vrais "classiques" avec un format plus grand, en utilisant des papiers de haute qualité et avec une couverture reliée. Ce format exceptionnel que l'on nomme souvent le format "prestige" est important pour définir la place occupée par un livre en langue originale ou traduite, dans le monde littéraire. Ceci est la preuve de la demande exceptionnelle d'un livre par le lecteur. Une maison d'édition décide de publier un de ses livres en format de prestige après être assuré de la grande demande du lecteur, de l'importance du livre dans le monde littéraire et de la célébrité du livre au cours des années. Ces éditions sont évidemment vendues à des prix plus chers et sont orientées vers les collectionneurs ou les admirateurs de livres.

Dans les dernières années, nous rencontrons aussi des éditions de prestige en Turquie. Les grandes maisons d'édition turques ont réimprimé leurs chefs-d'oeuvre, leurs livres les plus demandés par le lecteur turc. Grâce au grand développement industriel dans l'imprimerie en Turquie, il est probable de rencontrer plus de livres en format prestige dans le futur.

Le Petit Prince, malgré la demande exceptionnelle du lecteur turc, n'est publié qu'une seule fois sous ce format prestige. Pourtant, il est intéressant que cette édition prestige a été la première édition du livre en Turquie, publiée par les éditions Doğan Kardeş en 1953. Ainsi, comme on a précisé dans le chapitre précédent, cette édition peut être considérée comme le meilleur exemple du *Petit Prince* publié jusqu'à présent et nous savons que celle-ci est vendue à un prix beaucoup plus cher.

Pourtant, la majorité des éditions jusqu'à nos jours sont des publications de basse qualité qui est vendue à des prix moins chers. Ceci est une indication des stratégies des maisons d'éditions. *Le Petit Prince* qui est un livre très demandé a été toujours l'un des favoris des maisons d'édition parce que le livre a toujours garanti la vente de tous les exemplaires. Donc il est peu à peu devenu un produit de marché dont le contenu textuel et visuel est laissé au dernier plan. Ce qui est important au premier plan pour la majorité des maisons d'édition, c'est la vente de tous les exemplaires et faire un nouveau tirage. La publication sous un format prestige ou non, ne peut pas être bien évidemment une preuve pour déterminer la perception sur un livre d'un groupe de lecteurs, pourtant c'est un petit détail, combinant avec les autres données, qui nous dirige vers une analyse véritable. En somme, la publication d'un livre sous des formats de mauvaise qualité, qui, pourtant atteint un si grand nombre de vente nous montre la demande du lecteur pour *Le Petit Prince* et la perception des maisons d'édition qui le voient comme un produit de marché, mais pas comme une création littéraire.

II. 4. LES INDICATIONS

Parmi les comparaisons qu'on a faites pour mieux comprendre la perception du *Petit Prince* par le lecteur et les éditeurs turcs, les indications marquées sur les couvertures ou dans des pages des livres peuvent nous donner des points d'appui les plus clairs. Le livre, étant un objet de vente, a besoin d'attirer l'attention des acheteurs. Pour établir cette attraction, tous les facteurs visuels et stratégiques doivent être combinés et le livre soit présenté aux goûts des acheteurs.

Pour attirer les lecteurs et pour préserver leurs demandes, les livres sont en général publiés en séries. Cette méthode a deux buts essentiels: préciser le destinataire cible et affirmer que le lecteur pourra avoir dans l'avenir, un autre livre du même genre. Présenter un livre au lecteur, comme un numéro d'une série, est une méthode déterminée par l'éditeur. Donc, l'éditeur détermine son audience et le contenu de tout livre qui devrait être caractérisé pour atteindre cette audience. Dès lors, les indications qui nous affirment que le livre appartient à une série, nous montrent directement

l'audience vers laquelle s'adresse son livre. Dans le tableau suivant, nous allons voir les indications qui montrent le genre ou la catégorie de leurs éditions du *Petit Prince*, déterminée par les maisons d'édition. Pour le tableau, nous allons comparer les cinquante cinq éditions du *Petit Prince*, puisqu'il existe des maisons d'éditions qui ont publié *Le Petit Prince* pour plusieurs fois. Ces cinquante-cinq éditions sont toutes des éditions des différentes maisons d'édition.

Le total des éditions : 55	L'indication/ la série
9	Çocuk Klasikleri (les classiques pour enfants)
6	Çocuk kitaplar (les livres d'enfant)
4	Çocuk dizisi (la série pour enfants)
3	Dünya klasikleri (les classiques du monde)
2	Büyükler küçüklere masallar (les contes pour les petits et grands)
2	Yaşayan ünlü masallar (les contes fameux)
1	Halk kitaplar (les livres populaires)
1	Bat klasikleri dizisi (la série des classiques occidentaux)
1	Kültür kitaplar (les livres culturels)
1	Unutulmayanlar (les inoubliables)
1	Çağdaş dünya yazarları (les auteurs contemporains du monde)
24	Sans indication

Le tableau nous montre que la moitié des maisons d'édition ont choisi de publier *Le Petit Prince* en l'incluant dans une série de livres. Parmi les vingt-neuf éditions qui sont publiées avec une indication de séries, presque toutes sont directement orientées vers les enfants. Ces éditions considèrent *Le Petit Prince* comme un classique ou un livre d'enfants et décident que '*Le Petit Prince*' devrait être compris comme un conte célèbre. Dans les séries où on inclut *Le Petit Prince*, on rencontre les contes de Hans Christian Andersen, de Charles Perrault, de Dede Korkut... Le lecteur qui rencontre *Le Petit Prince* dans une librairie est donc déjà orienté par la maison d'édition et devient obligé de recevoir le livre comme un conte ou seulement un récit écrit pour les enfants.

Admettant que la publication d'un livre dans un pays est une chaîne qui dure pendant des années, nous pouvons dire que dès la première édition, *Le Petit Prince* est identifié comme un livre d'enfants, comme un conte. Le lecteur, dès le début, est dicté par les maisons d'édition que le livre est un conte, et pour aujourd'hui il n'est pas très raisonnable d'attendre un changement d'opinion du lecteur turc sur *Le Petit Prince*.

Parmi toutes ces éditions qui dictent le genre du livre au lecteur, il n'y a qu'une seule maison d'édition qui constate la vérité réelle et qui laisse libre le lecteur pour prendre une décision personnelle, c'est les éditions Can. *Le Petit Prince* des éditions Can est inclus dans la série "Les Auteurs Contemporains autour du Monde". C'est peut-être l'approche la plus juste parmi ces cinquante-cinq éditions parce que nous pouvons dire que la publication est une chaîne: Une nouvelle édition d'un livre quelconque déjà publié ne peut pas être indifférent aux caractéristiques, aux stratégies de la version ancienne et comme *Le Petit Prince* est le livre toujours demandé et vendu, il n'est pas raisonnable d'attendre de la maison d'édition de publier une si différente version des éditions déjà très vendues. D'ailleurs, il est évident qu'on ne voit pas grandes différences entre la première et la dernière éditions.

Une autre indication qu'on a souvent rencontrée dans des éditions turques, est probablement propre à la Turquie. Plusieurs éditions turques qui ont pour but d'atteindre la même audience, donc les enfants, ont indiqué sur la couverture, que ce livre est conseillé par le Ministère de l'Education pour être lu aux programmes des écoles primaires, par une décision prise le 22.09.1991. Cette indication nous révèle deux réalités en Turquie: la première est que, comme on a souvent dit, le livre est présenté comme un livre d'enfants par la maison d'édition, et la deuxième, qui est plus étonnante, le livre est encore reconnu comme un livre d'enfants, par les organes de l'Etat.

Donc, *Le Petit Prince* qui a commencé son aventure en Turquie sous la forme d'un livre d'enfants est peut-être condamné à perdre son contenu littéraire et philosophique, à cause des présentations conscientes des éditeurs et des encadrements des organes administratifs.

II. 5. LES PRIX

Si un livre est vendu à un prix plus bas que les autres livres, ce n'est pas par hasard. Il y existe différents facteurs économiques et stratégiques pour le règlement des prix des produits de marché. C'est évidemment le sujet d'une étude économique, mais nous allons nous contenter d'appliquer quelques règles économiques simples à notre

recherche. Le premier facteur qui détermine les prix des livres est le souci de vente. La maison d'édition qui n'a peut-être pas beaucoup de confiance au contenu de son livre, ou qui n'est pas sûre que son livre peut avoir une chance parmi les centaines de ses semblables, peut baisser le prix du livre et donc peut avoir but d'attirer l'acheteur avec l'avantage économique de son livre. Par exemple, le premier livre d'un jeune auteur ou bien la première traduction d'un auteur étranger pas connu dans une société quelconque ne peut pas être vendus à un prix au-dessus des prix des livres vendus des auteurs célèbres.

Un autre facteur, c'est que la maison d'édition veut tirer profit de la multitude de ses ventes. Le vendeur vend une seule unité de son produit à un prix très bas; même s'il gagne très peu, après avoir vendu tous ses produits, pendant une courte durée, peut encore profiter. Dans le domaine de la publication, c'est une méthode souvent appliquée pour les magazines ou les journaux. Si nous considérons qu'aujourd'hui le livre est devenu un simple produit de marché, il est évident que toutes ces règles économiques sont valables pour la vente d'un livre.

Appliquons maintenant ces règles économiques à un produit de marché, au livre intitulé "*Le Petit Prince*". Nous savons que presque tous les exemplaires de toutes les éditions du *Petit Prince* en turc sont vendus. Donc, il n'est pas très raisonnable de dire que les maisons d'édition ont des soucis économiques pour les ventes du *Petit Prince*. Par contre, nous savons aussi que *Le Petit Prince* est d'ailleurs choisi pour sa rentabilité par les maisons d'édition. Le deuxième facteur est non plus valable dans le cas du *Petit Prince*; parce que nous savons que dans la même année, on publie plusieurs éditions du livre, qui ont toutes des prix différents et tous ses exemplaires sont vendus. Donc, le prix du *Petit Prince* est un facteur très faible qui peut avoir un effet sur les ventes : les éditions les plus chères et les moins chères du livre sont toujours vendues.

En effet, après avoir fait une comparaison entre les prix des livres célèbres de la même époque que *Le Petit Prince*, on a rencontré un détail étonnant et remarquable pour notre étude. Le tableau ci-dessous nous montre la distinction des prix des cinq livres connus et très populaires en Turquie, dès leurs premières éditions. "*L'Etranger*" d'Albert

Camus, “*La Nausée*” de Jean-Paul Sartre, “*L’Adieu aux Armes*” d’Ernest Hemingway et “*Des Souris et Des Hommes*” de John Steinbeck sont des livres lus par le lecteur turc durant des années et la demande du lecteur turc pour ces livres a toujours poussé les maisons d’édition à imprimer des nouvelles éditions. Ces quatre livres sont publiés plusieurs fois en Turquie. Nous avons divisé la durée de cinquante ans, durée qui comprend l’aventure du *Petit Prince* en Turquie, en 6 périodes. Pour chaque période, nous avons pris les moyennes des prix des livres de trois années successives. Nous soulignons que tous les livres, sauf “*L’Adieu aux Armes*”, ont presque le même nombre de pages, donc ces livres ont presque les mêmes prix de revient.

La période \ Le nom du livre	1953-1955	1963-1965	1973-1975	1983-1985	1993-1995	2004-2006
L’Etranger	100 kr.	12,5 TL.	8 TL.	400 TL.	30.000 TL.	10 YTL.
La Nausée	Pas encore traduit	6 TL.	20 TL.	300 TL.	35.000 TL.	14 YTL.
L’Adieu aux Armes	150 kr.	12,5TL.	20 TL.	350 TL.	25.000 TL.	12 YTL.
Des Souris et Des Hommes	100 kr.	5 TL.	8 TL.	250 TL.	25.000 TL.	9,5 YTL
Le Petit Prince	150 kr.	4 TL.	5 TL.	75 TL.	10.000 TL.	7,5 YTL

Dans le tableau, nous voyons qu’entre 1953 et 1955, les quatre livres (sauf *La Nausée* qui n’est pas encore traduite) sont vendues à peu près aux mêmes prix. Nous pouvons dire que dans ces années, les maisons d’édition et le lecteur turcs ne voyaient pas de différences entre ces quatre livres qui nécessitent une disproportion de prix.

Pourtant dès les années 60, nous constatons des changements dans la proportion des prix des livres. Entre les années 1963-1965, nous voyons que *L’Etranger* et *L’Adieu aux Armes* sont vendus à des prix deux fois plus élevés que les autres. *Le Petit Prince* est le livre le moins cher et la grande différence entre celui-ci et les autres n’est pas négligeable. Entre 1973-1975, *La Nausée* et *L’Adieu aux Armes* doublent leurs prix et

ceci peut être considéré comme une preuve de la demande du lecteur pour ces livres. On voit une faible augmentation du prix de "*Des Souris et des Hommes*" Par contre, le prix de "*L'Etranger*" est baissé. La seule ressemblance entre ces deux périodes, c'est le cas du *Petit Prince* : le livre est toujours moins cher que les autres.

Pendant la quatrième période, entre 1983-1985, nous constatons que les prix de ces quatre livres sont à peu près au même niveau. Le prix moyen des quatre livres est 325 livres turques. Par contre, *Le Petit Prince* est vendu à 75 livres turques, presque quatre fois moins cher que les autres. Et entre les années 1993-1995, il n'y a rien qui change: les prix des quatre livres sont proches les uns des autres; mais celui du *Petit Prince* est beaucoup plus inférieur aux autres. Dans ces dernières années, nous constatons une augmentation des prix des éditions du *Petit Prince*, mais ce niveau est encore plus bas que les autres livres très vendus.

En somme, le tableau nous prouve que *Le Petit Prince* est toujours vendu à des prix inférieurs à ceux des livres du même genre. Comme on a dit que la cause de cette différence ne peut pas être d'ordre économique, un seul facteur peut nous justifier cette cause. Nous remarquons d'abord que *Le Petit Prince* n'est jamais vu, par les maisons d'édition, dans la même classe que ces quatre livres. Cette classe n'est ni une classe supérieure, ni inférieure pourtant on a toujours discerné *Le Petit Prince* des autres livres et ces deux groupes de livres sont toujours vendus par différentes stratégies de vente.

En outre de toutes les stratégies de vente que nous avons mentionnées, nous savons qu'il existe un genre unique qui est toujours vendu à des prix moins chers, ce sont les livres d'enfants. C'est une vérité non prouvée, mais connue et acceptée par la plupart des libraires auxquels nous avons demandé leurs avis pour notre étude. Il peut y exister différentes causes de cette infériorité, mais le plus rationnel nous semble l'audience cible de ces livres. Le livre d'enfants est le seul genre de livres que l'acheteur et le récepteur/le lecteur n'est pas la même personne. Comme il n'a pas la capacité économique ou même physique compte tenu de son âge, un enfant est incapable d'acheter un livre pour soi. Donc, l'acheteur achète ces livres, pas pour soi, mais pour quelqu'un d'autre. Ceci force les libraires et les maisons d'édition à appliquer une

stratégie différente de celle pour les autres livres parce que c'est un cas exceptionnel. Il est difficile pour nous de dire que la baisse des prix est plus avantageuse pour vendre les livres d'enfants aux adultes, pourtant, c'est une méthode toujours appliquée, et donc qui semble valable. Nous pouvons aussi dire qu'il existe peut-être une cause psychologique: la différence entre l'enfant et l'adulte peut mener à la conscience humaine de faire une distinction entre les produits orientés à ces deux groupes d'âges: les prix bas pour les petits, les prix élevés pour les adultes. Nous pouvons ajouter ici un facteur important: la publication des livres d'enfants est beaucoup plus facile et profitable que les livres d'autres genres. Ces livres, n'ont pas en général des droits d'auteur. Il est facile de trouver une traduction déjà faite et d'en faire une adaptation rapide. Le récepteur est plus attiré par le caractère visuel du livre que son contenu textuel ou littéraire, donc la création d'une publication séduisante peut être suffisante pour la vente. Il est d'ailleurs facile de différencier les deux groupes, les livres d'enfants et d'adultes, en consultant leurs prix, mais nous avons quand même voulu comprendre la marge entre *Le Petit Prince* et les oeuvres contemporaines du même genre.

Enfin, en admettant que les éditions du *Petit Prince* soient vendues à des prix inférieurs, nous pouvons dire qu'il existe une relation entre la stratégie de vente et la perception du livre par le monde de la publication, et donc par le lecteur. "*Le Petit Prince*" qui est toujours vendu à des prix moins chers, est classé comme un livre d'enfant et donc présenté au lecteur enfant. Ceci bien évidemment influence le contenu visuel et textuel de l'oeuvre de Saint-Exupéry.

II. 6. L'ÉTAGÈRE DU PETIT PRINCE

Après avoir défini presque toutes les caractéristiques du livre, nous allons finalement essayer de démontrer la situation générale dans les endroits où le lecteur rencontre *Le Petit Prince* sous forme de livre. Il existe deux moyens essentiels pour un lecteur d'avoir ou de prendre un livre quelconque: acheter un exemplaire aux librairies/bouquinistes ou emprunter à la bibliothèque.

Le tableau ci-dessous nous montre les données de notre recherche faite dans les librairies majeures de trois villes essentielles de la Turquie, Istanbul, Ankara et Izmir, et les librairies majeures sur Internet.

	Librairies d'Istanbul (21)¹⁰	Librairies d'Ankara (18)¹¹	Librairies d'Izmir (12)¹²	Librairies sur Internet (16)¹³
La section d'enfants	19	17	10	16
Une autre section	2	1	2	0

Le tableau nous montre qu'en Turquie, *Le Petit Prince* est fréquemment placé dans les librairies, dans les sections pour enfants. Le cas intéressant qui nous montre la nuance du *Petit Prince*, c'est que dans presque toutes les librairies, les autres oeuvres d'Antoine de Saint-Exupéry sont placées aux étagères de la section de "la littérature française" ou "la littérature mondiale". Pourtant *Le Petit Prince* est séparé d'eux et mis dans la section d'enfants. Les autres oeuvres de l'auteur, "*Vol de Nuit*", "*Pilote de Guerre*" ou "*Terres des Hommes*" sont aussi traduits après peu de temps de leur parution en France et sont toujours disponibles dans les rayons des librairies. Pourtant, en outre de l'idée fixe commune des maisons d'édition, des éditeurs et des traducteurs, les responsables des librairies ont aussi décidé que *Le Petit Prince* devrait être séparé des romans de l'auteur et présenté absolument dans les sections réservées aux enfants. Donc, le lecteur, même avant de lire et critiquer le contenu textuel et littéraire du livre, est orienté et influencé par un acteur extérieur. Finalement, nous pouvons bien dire que le lecteur turc n'est jamais laissé libre d'avoir une réflexion propre et sans préjugée sur *Le Petit Prince*.

¹⁰ ABC, Acar, Alkim, Bilgi, Dünya, Epsilon, Gençlik, Gergedan, İnkılap, Kadıköy, Kelepir, Kitapsaray, Megavizyon, Mefisto, Net, Nezih, Pan, Pandora, Remzi, Robinson Crusoe, Simurg.

¹¹ Ankara, Bilgi, Bilim ve Sanat, D&R, Diapozon, Doruk, Dost, Galeri Kültür, Güner, İlhan İlhan, İmge, Kardeş, Kare, Keşif, N.T., Turhan, Nüans, Seçkin.

¹² Akabe, Arkadaş, Bilgi, Gençlik, Hakan, Hakikat, İletişim, İmge, Junior, Pandora, Remzi, Seçkin.

¹³ Alveal, Berk, Edebik, Estore, Eren, Hepsiburada, Ideefixe, İlknokta, İskenderiye, Kitapalemi, Kitapdenizi, Kitapdostu, Kitapstore, Kitapyurdu, Netkitap, Simurg.

II. 7. UNE ANALYSE SUR LES EDITIONS

Dans cette partie, nous allons examiner *Le Petit Prince* avec presque toutes ses caractéristiques et les différences entre ses diverses éditions. Ces caractéristiques sont valables et usuelles pour analyser véritablement la perception du *Petit Prince* en Turquie. Dans les quatre vingt cinq différentes éditions du livre, les couvertures, les indications, les traducteurs, les prix, les formats et les sections où on met les éditions du livre, sont tous les détails qui nous dirigent vers une idée finale.

En considérant toutes ces données, nous avons demandé la validité et la raison de la question rarement posée en Turquie : “Comment le lecteur turc comprend *Le Petit Prince*, comme un livre d’enfants ou un livre d’adultes?” Prenons un exemple pour mieux comprendre la relation entre le récepteur et l’objet. Le récepteur découvre un objet grâce aux différents organes de sens. Prenons par exemple un objet qui est tout blanc. Supposons qu’un acteur inconnu peint cet objet en rouge, et qu’il ne reste aucun point blanc au-dessus. Le récepteur qui le voit pour la première fois ne peut pas distinguer la couleur originale de cet objet. Car la couleur de l’objet qu’il voit est rouge. Donc, ici, le récepteur est en position passive. L’objet est transformé par un acteur extérieur qui est évidemment en position active et qui donne lieu à une fausse perception de l’objet aux yeux du récepteur. Quand on demande au récepteur la question “de quelle couleur est cet objet?”, nous allons sûrement prendre cette réponse : “Il est rouge”. Ceci n’est pas une fausse réception, l’objet est tout à fait rouge pour le moment. Pourtant, nous savons que la couleur originale de l’objet n’est pas rouge et si le récepteur veut critiquer l’objet, comme il ne connaît pas l’une des caractéristiques de cet objet, il sera impossible pour lui de faire une véritable critique sur l’objet.

Le même cas est valable pour *Le Petit Prince*. Dès sa première publication en Turquie, sous forme d’un conte pour les enfants, l’oeuvre de Saint-Exupéry, a perdu son caractère philosophique et littéraire, et elle est présentée au lecteur turc comme un conte fantastique, un livre d’enfants. Donc, il n’est pas raisonnable d’attendre du lecteur turc de voir et comprendre *Le Petit Prince* avec toutes ses caractéristiques originales ou

comme l'on a compris au monde. La juste question devrait être donc « comment *Le Petit Prince* est présenté au lecteur turc ? » Et la relation parallèle entre la présentation des maisons d'édition et la réception du livre, dès le début jusqu'à présent, nous révèle déjà la réponse correcte. Le lecteur turc est toujours resté en position passive et il n'a pas eu la possibilité d'avoir son opinion propre sur *Le Petit Prince*.

III. LE PETIT PRINCE ET SES TRADUCTIONS

III. 1. LE CHOIX DES TEXTES

Dans ce chapitre, nous allons travailler sur dix traductions du *Petit Prince* de différentes maisons d'édition. Ces dix traductions sont de: Ahmet Muhip D ranas (1953, "Çocuk ve Yuva"), Azra Erhat (1953, Dođan Kardeş), Salih S. Uygur (1953, Hüsnütabiaat Matbaası), Cemal Süreya et Tomris Uyar (1965, Bilgi), Sabit Eren (1969, Danışman), Emine Erendor (1984, Barış), Fâhrettin Arslan (1991, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları), İsmet Dođan (1995, Meriç), Muharrem Ekişçeli (1995, Nehir), Ayberk Erkay (2005, Lotus). Ces dix éditions sont choisies quant à leurs dates de publications, pour avoir au moins une traduction du *Petit Prince* de toutes les décades, des années 50 jusqu'aux années 2000. Notre recherche consiste en une comparaison entre les traductions en turc de six phrases du *Petit Prince*. Les différences et les ressemblances entre les traductions seront ensuite analysées en fonction de l'une des nouvelles approches en traductologie.

La théorie du Skopos, créée par Hans Vermeer, le linguiste allemand, sera la méthode avec la quelle nous allons essayer d'interpréter les similitudes et les différences entre les traductions. Nous allons appeler le texte de départ le "FRAGMENT" et le texte d'arrivée "TRANSLATUM/le nom de traducteur". "Le translatum" est le terme employé par Vermeer pour indiquer le résultat de l'activité traductive. Les fragments et les traductions seront placés chronologiquement. Entre ces fragments, nous allons observer les choix des traducteurs influencés par le but du directeur/responsable de la maison d'édition qui décide les limites de l'activité de la traduction du texte et donc, leurs fidélités au texte de départ. Enfin, ces traits seront analysés selon la théorie du Skopos de Hans Vermeer.

III. 2. LES TEXTES EXAMINÉS PARMİ LES TRADUCTIONS

III. 2. 1. Fragment I

Le fragment I est la première phrase du texte de départ. La phrase contient deux noms propres:

FRAGMENT I: “Lorsque j’avais six ans, j’ai vu, une fois, une magnifique image, dans un livre sur la Forêt Vierge qui s’appelait “Histoires Vécues”.”¹⁴

TRANSLATUM/DİRANAS: “Altı yaşındayken, bir gün, balta girmemiş ormanlar üzerine yazılmış “Başımdan Geçenler” adlı bir kitapta, o zamana kadar hiç rastlamadığım bir resim görmüştüm.”¹⁵

TRANSLATUM/UYGUR: “Altı yaşında olduğum zamanlar, bir gün, üzerinde “Yaşanmış Hikayeler” yazılı Balta Girmemiş Ormanları anlatan bir kitapta güzel bir resim görmüştüm.”¹⁶

TRANSLATUM/ERHAT: “Altı yaşındayken bir gün “Yaşanmış Hikayeler” adlı bir kitapta mükemmel bir resim gördüm.”¹⁷

TRANSLATUM/SÜREYA: “Altı yaşındayken bir gün balta girmemiş ormanlar üstüne yazılmış “Yaşanmış Öyküler” adlı bir kitapta müthiş bir resim görmüştüm.”¹⁸

TRANSLATUM/EREN: “Altı yaşındayken, bir gün, “Yaşayan Tarih” isimli bir kitabın kapağında “VIERGE” Ormanına ait korkunç bir resim gördüm.”¹⁹

TRANSLATUM/ERENDOR: “Bir zamanlar altı yaşındayken, ilkel orman hakkında, Doğadan Gerçek Öyküler adlı bir kitapta görkemli bir resim görmüştüm.”²⁰

¹⁴ Saint-Exupéry, A., *Le Petit Prince*, Paris, Gallimard, 1983, page 9.

¹⁵ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Le magazine “Çocuk ve Yuva” numéro#1, 1953, page 4.

¹⁶ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Hüsnütabiat Matbaas , 1953, page 1.

¹⁷ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Doğan Kardeş, 1953, page 7.

¹⁸ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Bilgi, 1965, page 5.

¹⁹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Danışman, 1969, page 3.

²⁰ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Barış, 1984, page 9.

TRANSLATUM/ARSLAN: “Altı yaşındayken, Ekvator ormanlarını anlatan “Yaşanmış Hikayeler” adlı bir kitapta olağanüstü bir resim görmüştüm.”²¹

TRANSLATUM/DOĞAN: “Altı yaşındayken Gerçek Öyküler adlı, balta girmemiş ormanlardan söz eden bir kitapta korkunç bir resim görmüştüm.”²²

TRANSLATUM/EKİŞCELİ: “Altı yaşındayken, “Yaşanmış Öyküler” adında bir kitap okumuştum. Bu kitapta, hala unutamadığım ilginç bir resim görmüştüm”²³

TRANSLATUM/ERKAY: “Altı yaşındayken, balta girmemiş ormanlar hakkındaki “Yaşanmış Hikayeler” adlı bir kitapta muhteşem bir resim görmüştüm.”²⁴

Dans les traductions, nous constatons que deux expressions employées dans le texte de départ sont interprétées différemment par les traducteurs. Le premier, c’est “la Forêt Vierge” exprimée par Saint-Exupéry. Il est évident que cette forêt vierge n’est pas une forêt réelle qui existe quelque part dans le monde. On utilise souvent cette expression pour décrire une forêt fantastique que personne n’y ait jamais vue ou explorée. Donc, nous pouvons dire que les cinq traductions sur neuf sont des équivalents acceptables: L’expression Turque “balta girmemiş ormanlar”, établit une équivalence raisonnable entre les deux langues, et la place imaginaire mentionnée par l’auteur est transposée en turc sans perdre son sens. La traduction d’Erendor, “ilkel orman” nous parle d’une forêt “primitive”; ici, nous voyons que le traducteur ajoute sa propre réflexion dans le texte. Ainsi, d’après nous, l’adjectif “ilkel/primitif” n’est pas très convenable pour qualifier une forêt. Les traductions d’Eren et d’Arslan, définissent cette forêt vierge, comme une forêt réelle: “VIERGE orman ” et “les forêts de l’Equateur ”; donc, le lecteur du texte d’arrivée peut évidemment penser que l’auteur du texte parle d’une forêt qui se trouve quelque part dans le monde. Dans ces deux exemples, les traducteurs établissent une connexion, inexistante dans le texte de départ, entre le monde imaginaire de l’auteur et le monde réel. Ceci n’est pas acceptable pour une bonne traduction parce que le traducteur, en dehors du texte de départ, ajoute sa propre réflexion au texte. Pour ce fragment, nous pouvons bien dire que la phrase et le contenu de cette phrase ne sont pas

²¹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 1991, page 11.

²² Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Meriç, 1995, page 4.

²³ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Nehir, 1996, page 9.

²⁴ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Lotus, 2005, page 11.

de ceux de Saint-Exupéry, mais du traducteur. Ainsi, dans deux exemples, on voit que le traducteur a éliminé cette expression de sa traduction. En somme, presque dans la moitié des traductions, la forêt imaginaire de Saint-Exupéry devient une forêt réelle ou disparaît.

L'autre expression, "une magnifique image" est aussi comprise et ré-exprimée différemment par les traducteurs. L'adjectif "magnifique" est dérivé du mot Latin "magnificus" qui veut dire "celui qui fait de grandes choses".²⁵ La plupart des traducteurs ont choisi des adjectifs ou des expressions en turc qui ont un sens positif comme "muhteşem, olağanüstü, müthiş". Pourtant selon deux traducteurs, Doğan et Eren, cette image est "terrible" ("korkunç"). Ici, on rencontre une transposition tout à fait inverse. La réception négative, -inverse par rapport au texte de départ- des traducteurs nous révèle que les opinions des traducteurs peuvent être changées après avoir lu la phrase suivante et vu le dessin de Saint-Exupéry qui représente cette "magnifique image" parce que dans la phrase suivante du texte de départ, Saint-Exupéry détermine cette image : "Ça représentait un serpent boa qui avalait un fauve." Et au-dessus du paragraphe, il se trouve le dessin de Saint-Exupéry qui montre cette scène où le serpent boa avale le fauve. Donc probablement, les deux traducteurs, par rapport à leurs réflexions personnelles sur cette phrase et sur le dessin décident finalement que le dessin ne peut pas être "magnifique" mais "terrible." Cette expression inverse ne peut pas être une simple faute de vocabulaire parce que dans les phrases suivantes des textes d'arrivée des traducteurs, on affirme toujours le sens négatif de cette "image." Donc, ici, on rencontre une autre infidélité au texte initial; et surtout, le traducteur vise à corriger "une faute de l'auteur".

Outre de ces deux reproches opposés, D ranas est le seul traducteur qui ne nous parle d'aucune qualité de "l'image" mentionnée. D ranas traduit cette phrase en turc comme "o zamana kadar hiç rastlamadığım" et donc n'indique rien sur la qualité de l'image, ni positive, ni négative. Il est quand même difficile de dire que cette traduction est acceptable, parce que d'après nous, on perd ici, l'importance et la qualité donnée

²⁵ *Le Petit Robert*, Paris, Les Dictionnaires Robert, 1973.

consciemment à cette “image” imaginaire par l’auteur. La traduction de D ranas affaiblit la création textuelle et supprime le détail qui nous montre le point de vue de l’artiste.

III. 2. 2. Fragment II

Ce fragment est la phrase la plus discutée parmi les traductions du *Petit Prince* en Turquie. Cet intérêt du lecteur turc pour la phrase est bien raisonnable parce qu’on parle ici d’un dictateur turc qui imposa à son peuple, sous peine de mort, de s’habiller à l’Européenne. Le monde littéraire turc a discuté, dès le début, si dans la phrase, on se s’attaque à Mustafa Kemal Atatürk. Il est évident que Saint-Exupéry parle d’un personnage imaginaire et ne prend pas pour cible M. K. Atatürk ou une autre personne réelle. Pourtant dans presque toutes les traductions, l’identité de cette personnalité est devenue un grand problème pour les traducteurs. Dans les fragments suivants, nous allons voir les traductions différentes de cette phrase:

FRAGMENT II: “Heureusement pour la réputation de l’astéroïde B 612, un dictateur turc imposa a son peuple, sous peine de mort, de şhabillera l’Européenne.”²⁶

TRANSLATUM/DIRANAS: “Bereket, Türkler sonradan büyük bir önderin yardımıyla Avrupalılar gibi giyinir oldular da B 612 yıldızının ünü kurtuldu..”²⁷

TRANSLATUM/UYGUR: “Ne ise, mes’ut bir tesadüf eseri olarak, büyük ve değerli kumandan ATATÜRK bütün Türklerin Avrupalılar gibi giyinmelerini temin etti. Böylece, daha sonraki yıllarda, Avrupalılar gibi elbise giymiş olan Türk astronomu, düşüncesini bir kere daha izah etti ve B 612 Asteroid’inin hakiki olduğu kabul edildi.”²⁸

TRANSLATUM/ERHAT: “Allahtan Türkiye’nin başına iyi bir devlet adamı geldi, milletin Avrupalılar gibi giyinmesini sağladı. Bu sayede asteroid B 612’nin de şöhreti kurtarıldı.”²⁹

TRANSLATUM/SÜREYA: “Bereket versin Asteroid B-612’nin onurunu kurtarmak için bir Türk önderi tutmuş bir yasa koymuş: herkes bundan böyle Avrupalılar gibi giyinecek, uymayanlar ölüm ezasıyla cezalandırılacak.”³⁰

²⁶ Saint-Exupéry, A., *Le Petit Prince*, Paris, Gallimard, 1983, page 19.

²⁷ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Le magazine “Çocuk ve Yuva” numéro# 3, 1953, page 13.

²⁸ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Hüsnütabiat Matbaası, 1953, page 12.

²⁹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Doğan Kardeş, 1953, page 17.

³⁰ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Bilgi, 1965, page 16.

TRANSLATUM/EREN: “Çok şükür ki, “B 612”nin duyulması için bir Türk hakan ölüm cezası koyarak halkın Avrupalılar gibi giyinmesini buyurdu.”³¹

TRANSLATUM/ERENDOR: “Asteroid B-612’nin şöhreti için, şükürki, bir Türk yönetici halkın Avrupa giysileri giymeleriyle ilgili bir kanun yaptı.”³²

TRANSLATUM/ARSLAN: “Bereket versin, B 612 gezegeniğinin tanıtılması için bir Türk şefi, halkını ölümlle tehdit ederek, onları Avrupalılar gibi giyinmeye mecbur etti.”³³

TRANSLATUM/DOĞAN: “Bir süre sonra bir Türk lideri herkesin Avrupalılar gibi giyinmesini zorunlu kılmış, hatta buna uymayanları ölümlle cezalandıracağını söylemiş de, 1920 yılında aynı gökbilimci ve şık bir giysiyle Asteroid B-612’yi tanıtabilmiş.”³⁴

TRANSLATUM/EKİŞÇELİ: “Sonradan, astığı astık, kestiği kestik korkunç bir önder geçmiş Türklerin başına. Halkı yasa zoruyla Batılı (Avrupalı ve Amerikalı)lar gibi giyinmeğe mecbur etmiş. Buna karşı çıkanları öldürtmüş. Fötr sağka giymeyenlere işkence ettirmiş. Kravat takmayan öğrencileri okuldan, memurları dairelerden attırmış. Sokağa başını örtecek çıkan kadınlar örtülerini, genç ihtiyar demeden polis ve jandarma eliyle, zorla açtırtmış...Bütün bunlardan sonra B-612’ciğın Türkler tarafından keşfedildiği kabul edilmiş.”³⁵

TRANSLATUM/ERKAY: “Bir süre sonra, bir Türk diktatör, halkın Avrupalılar gibi giyinme zorunluluğu getirdi; öyle giyinmeyenlerin cezası ölümdü ve bu da Asteroid B 612’nin tanınmasına yaradı.”³⁶

Dans le fragment, Saint-Exupéry parle d’un dictateur turc. Il parle donc d’un “dictateur” quelconque. Il ne nous révèle ni son nom, ni ses caractéristiques, ni son passé historique. D’après nous, il n’est pas possible de déterminer l’identité de ce personnage fictif. En fait, nous pouvons bien dire que si Saint-Exupéry voulait identifier ce personnage, il pourrait simplement nous déclarer son vrai nom. Mais comme tous les

³¹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Danışman, 1969, page 13.

³² Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Barış, 1984, page 19.

³³ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 1991, page 21.

³⁴ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Meriç, 1995, page 14.

³⁵ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Nehir, 1996, page 19.

³⁶ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Lotus, 2005, page 19.

caractères avec lesquels le petit prince fait connaissance pendant son voyage, ce dictateur n'est pas un personnage réel, il est le symbole du système dictatorial et du conflit entre l'Occident et l'Orient. Le dictateur de Saint-Exupéry est un symbole, comme le roi qui caractérise le pouvoir absolu ou le businessman qui est le symbole du système capitaliste. Enfin, il n'est pas raisonnable d'essayer d'établir une relation réelle entre un personnage imaginaire et une personne réelle. Pourtant dans la plupart des traductions, on rencontre cette relation établie par les traducteurs.

Les traducteurs qui ont identifié ce caractère fictif de Saint-Exupéry à n'importe quel personnage réel, font la même faute qu'on a rencontrée dans le fragment I, la faute des traducteurs qui ont établi un lien "réel" entre la forêt vierge et "Ekvator ormanlar". Dans le fragment II, la plupart des traducteurs créent un tel lien entre le caractère fictif de Saint-Exupéry et un personnage réel. Donc, ils ajoutent au texte d'arrivée, des facteurs inexistantes dans le texte de départ. A cause de cette "infidélité", il n'est pas possible de parler d'une activité de traduction. Ici, le traducteur devient "l'auteur" d'un nouveau texte qui n'a rien en commun avec le texte de Saint-Exupéry, et donc, ce nouvel "auteur" ne veut pas caractériser le personnage qu'il a créé -et qui a maintenant une relation avec la réalité-, de peur de commettre un crime, comme un dictateur, mais comme un chef ou un leader. Pourtant dès cette transformation, "du traducteur vers l'auteur", Saint-Exupéry n'est plus l'auteur ou le responsable de cette phrase. Le traducteur prend place de Saint-Exupéry et en ajoutant ses propres opinions dans le texte, il donne une identité réelle à un personnage imaginaire.

La traduction d'Uygur nous donne directement le nom d'un caractère réel. Mais on ne rencontre pas ce nom dans le texte de départ, donc ceci est la propre réflexion du traducteur. Les traductions de Doğan, d'Arslan, d'Eren, d'Erendor, d'Erhat, de Süreya et de D ranas, n'identifie pas ce personnage fictif. Pourtant, à cause de la liaison qu'ils établissent entre ce personnage fictif et un caractère réel, ils changent l'adjectif employé dans le texte de départ : "un chef", "un leader", "un diplomate"... La traduction la plus intéressante est sans doute celle d'Ekişçeli. Cette traduction, au contraire des autres qui nous présentent un personnage digne et honorable, nous dessine une figure presque diabolique. Ekişçeli ajoute quatre phrases dans son texte, qui n'existent pas dans le texte

de départ, pour rendre la férocité de son personnage fictif de plus en plus apparente. En regardant la traduction d'Ekişçeli, il n'est pas difficile de remarquer un travail consciemment appliqué, qui a un but en dehors de la traduction d'un texte français en turc. Ceci est l'inverse des autres adaptations mais ils sort toutes les conséquences d'une intention d'établir une liaison entre un élément fictif dans un texte fictif et un personnage réel. La traduction d'Erkay nous paraît la seule qui transpose le contenu imaginaire du texte de départ dans le texte d'arrivée sans ajouter sa propre réflexion. Dans cette traduction, l'expression de Saint-Exupéry, est transposée en turc, rejetant les effets non linguistiques, comme la pression culturelle ou la réflexion personnelle orientée.

III. 2. 3. Fragment III

Le fragment III contient le verbe "apprivoiser". Ce verbe tient une place importante dans la philosophie de Saint-Exupéry exprimée dans les pages du *Petit Prince*. Comme le verbe exprime une notion philosophique dans le texte, on rencontre des différences d'après les équivalents turcs dans les traductions.

FRAGMENT III: "-Qu'est-ce que signifie "apprivoiser"?"³⁷

TRANSLATUM/ DIRANAS: "Ehli ne demek?" diye sordu."³⁸

TRANSLATUM/UYGUR: "Ehli olmak da ne demek?"³⁹

TRANSLATUM/ERHAT: "Ehlileştirmek de ne demek? diye sordu."⁴⁰

TRANSLATUM/SÜREYA: "Evcil" ne demek?"⁴¹

TRANSLATUM/EREN: "-Peki ama, evcil ne demek?"⁴²

TRANSLATUM/ERENDOR: "-Evcilleştirmek" bunun anlamı ne?" diye ekledi."⁴³

³⁷ Saint-Exupéry, A., *Le Petit Prince*, Paris, Gallimard, 1983, page 67.

³⁸ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Le magazine "Çocuk ve Yuva" numéro# 10, 1953, page 11.

³⁹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Hüsnütabiat Matbaas , 1953, page 59.

⁴⁰ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Doğan Kardeş, 1953, page 65.

⁴¹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Bilgi, 1965, page 64.

⁴² Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Danışman, 1969, page 53.

TRANSLATUM/ARSLAN: “Alışmak demek, ne demek?”⁴⁴

TRANSLATUM/DOĞAN: “Evcil ne demek? diye sordu.”⁴⁵

TRANSLATUM/EKİŞÇELİ: “Alışmış, ne demek?”⁴⁶

TRANSLATUM/ERKAY: “-Evcilleşmek ne demek?”⁴⁷

La question du *Petit Prince* au renard, suivi de cette déclaration du renard: “je ne peux pas jouer avec toi, je ne suis pas apprivoisé”, est évidemment comprise différemment par les traducteurs. Pour une véritable réponse, ajoutons ici la signification du verbe “apprivoiser” selon la dictionnaire de l’Académie Française: “APPRIVOISER v. tr. XIII^e siècle. Emprunté au latin populaire *apprivatiare*, issu d’*apprivatare*, dérivé de *privatus*, « privé, domestique » 1. Rendre un animal moins sauvage, moins farouche, plus familier. *Apprivoiser une biche, un oiseau. Un lion apprivoisé. Beaucoup d’animaux sauvages se laissent apprivoiser.* 2. Par anal. Rendre quelqu’un plus doux, plus traitable, plus confiant. *Apprivoiser un enfant craintif. C’était un homme peu sociable, on a eu peine à l’apprivoiser.*”⁴⁸

Le verbe apprivoiser, utilisé pour les animaux et pour les hommes, est très important dans l’aventure du *Petit Prince* et donc pour la philosophie de Saint-Exupéry. Paul Meunier, dans son oeuvre *La Philosophie du Petit Prince* explique le rôle d’“apprivoiser” dans le livre: “Depuis le départ de sa planète, le premier ami que se fit le petit prince ne fut pas l’une des grandes personnes rencontrées lors de ses aventures, mais un renard, tout simplement, un renard! Cet animal devint pour le petit prince le symbole de l’apprivoisement. D’ailleurs, l’homme et le renard possèdent énormément de traits communs: tous deux sont à la fois farouche et apprivoisable, ont les mêmes peurs devant l’intrus et l’inconnu, les mêmes appréhensions devant l’étranger qui veut

⁴³ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prensi*, Istanbul, Barış, 1984, page 59.

⁴⁴ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prensi*, Ankara, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 1991, page 69.

⁴⁵ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prensi*, Istanbul, Meriç, 1995, page 62.

⁴⁶ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prensi*, Istanbul, Nehir, 1996, page 67.

⁴⁷ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prensi*, Ankara, Lotus, 2005, page 74.

⁴⁸ *Dictionnaire de l’Académie Française: 9^e édition*, Paris, Fayard, 2005.

faire subitement irruption dans leur vie, et tous deux exigent, avant de faire confiance, “d’être apprivoisés”. (Meunier 2004 : 219)

Pour les traductions des textes philosophiques, il est très important de trouver les équivalents dans ce domaine, des expressions employées dans le texte de départ; parce que l’expression est probablement employée en dehors de son sens quotidien. Le verbe “apprivoiser” n’est pas choisi par hasard par l’auteur et c’est pourquoi ce verbe exige l’attention du traducteur pour trouver un équivalent à ce terme, et donc, il devrait d’abord comprendre le rôle de cette expression dans le texte. Pourtant nous pouvons dire que les traducteurs turcs n’ont pas cherché le vrai sens du mot dans le texte.

D’abord, nous voyons que le traducteur turc ne peut pas décider si le verbe “apprivoiser” est employé dans le texte de départ, est à la voix active ou passive. Il est évident que, s’il s’agissait d’un texte ordinaire qui ne contient aucun sens caché, la voix du verbe ne serait pas un grand problème pour la compréhension. Pourtant, dans un texte philosophique, “apprivoiser” et “être apprivoisé” peuvent avoir des sens différents qui produit une confusion ou un malentendu. Dans le texte de départ, “apprivoiser” est employé comme un verbe à la voix active donc nous comprenons une action faite par quelqu’un et subie par quelqu’un d’autre. Dès lors, Saint-Exupéry exprime ici plutôt le caractère dominant de l’homme: il apprivoise. Le renard est apprivoisé, mais le facteur dominant est l’homme, c’est lui qui veut toujours apprivoiser. Pourtant dans la plupart des traductions, on parle “d’être apprivoisé”. Les traductions de D ranas, d’Uygur, de Süreya, d’Eren, de Doğan et d’Erkay nous expriment plutôt la caractéristique du renard: “evcil”, “ehli”, “evcilleşmek”, “ehlileşmek”. Nous pouvons dire que dans ces traductions, le traducteur n’a pas donné l’importance à ce détail qui révèle la philosophie de Saint-Exupéry, et donc dans ces traductions, l’équivalence de la notion “apprivoiser” est perdue.

Outre de ces expressions opposées, on rencontre deux autres traductions qui parlent d’une toute différente action d’homme, “être habitué”. Comme la définition du dictionnaire nous montre, “apprivoiser” n’est pas l’équivalent ou n’est même pas le semblable d’être habitué. D’après nous, ceci peut passer pour une faute de traduction.

Finalelement, parmi nos fragments, seulement les traductions d'Erhat et d'Erendor nous donnent l'équivalent le plus exact de l'expression et donc de la question du Petit Prince au renard: "ehlileştirmek" / "evcilleştirmek" de ne demek?"

III. 2. 4. Fragment IV

Ce fragment aussi reflète la philosophie de Saint-Exupéry et peut être considéré comme l'une des phrases les plus discutées dans ce domaine. Dans les deux phrases qui constituent le fragment IV, on voit deux expressions qui sont différemment traduites: "voir avec le coeur" et "l'essentiel".

FRAGMENT IV: "On ne voit bien qu'avec le coeur. L'essentiel est invisible pour les yeux."⁴⁹

TRANSLATUM/DIRANAS: "İnsan ancak kalbiyle baktığı zaman iyi görür. Öz, gözlere görünmez."⁵⁰

TRANSLATUM/UYGUR: "Kimse gözleri ile hakikatleri göremez. Kalb, her şeyi olduğu gibi gören yegane varlıktır. Allah, insanları kalblerini gözlerinden çok kudretli yaratmıştır."⁵¹

TRANSLATUM/ERHAT: "İnsan en iyi gönül gözüyle görür. İçyüzünü göz sezemez, gönül sezer."⁵²

TRANSLATUM/SÜREYA: "İnsan ancak yüreğiyle baktığı zaman doğruyu görebilir. Gerçeğin mayası gözle görülmez."⁵³

TRANSLATUM/EREN: "Hiçbir şey kalbsiz iyi görülemez. Gözler duygular göremez."⁵⁴

TRANSLATUM/ERENDOR: "İnsan yalnızca kalbiyle doğru olarak görebilir; gerçek olan göze görünmez."⁵⁵

TRANSLATUM/ARSLAN: "Yalnız kalp gözüyle görülür. Asıl olan, gözler göremez."⁵⁶

⁴⁹ Saint-Exupéry, A., *Le Petit Prince*, Paris, Gallimard, 1983, page 72.

⁵⁰ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Le magazine "Çocuk ve Yuva" numéro# 11, 1953, page 10.

⁵¹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Hüsnütabiat Matbaas, 1953, page 64.

⁵² Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Doğan Kardeş, 1953, page 70.

⁵³ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Bilgi, 1965, page 68.

⁵⁴ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Danışman, 1969, page 66.

⁵⁵ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Barış, 1984, page 63.

⁵⁶ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 1991, page 74.

TRANSLATUM/DOĞAN: “İnsan yalnız yüreğiyle doğruyu görebilir. As l görülmesi gerekeni gözler göremez.”⁵⁷

TRANSLATUM/EKİŞÇELİ: On a éliminé cette phrase.

TRANSLATUM/ERKAY: “İnsan yalnızca kalbiyle doğru görür her şeyi. Her şeyin özü gözle görülemez.”⁵⁸

Le traducteur cherche l'équivalent le plus adéquat entre les deux langues. Pourtant, la langue est un instrument de la culture et les différences culturelles créent directement des différences entre les vocabulaires des langues. Dans la première phrase, l'expression “voir avec le coeur” a une équivalente presque identique dans la culture turque et donc dans la langue turque; c'est pourquoi tous les traducteurs s'accordent sur une seule équivalence, sur une expression connue: “kalp gözü/gönül gözüyle görmek” Pourtant dans le texte de départ, on dit qu'on ne voit bien qu'avec le coeur”, donc on ne détermine pas ce qu'on ne voit pas bien. Par contre, dans les traductions de Doğan, de Süreya, d'Erendor et d'Uygur, les traducteurs décident que c'est la vérité ou la réalité absolue que le coeur peut voir. Ces morceaux textuels sont leurs propres additions dans le texte, qui n'existent pas dans le texte de départ. Ainsi, dans la traduction d'Uygur, on rencontre une autre phrase ajoutée par le traducteur, qui vise à expliquer le contenu de ce paragraphe. La traduction d'Ekişçeli est la seule traduction, qu'on observe que cette phrase est supprimée.

Le mot “essentiel”, comme le verbe “apprivoiser”, est un autre élément philosophique dans le texte. Le mot a plusieurs sens et est souvent utilisé dans divers domaines de la vie. Donc le traducteur qui cherche à trouver l'équivalent le plus adéquat, tente de mieux comprendre le rôle du mot dans le texte, pour choisir le sens le plus convenable. Dans les quatre traductions, celles de Diranas, d'Arslan, de Doğan et d'Erkay, l'essentiel est traduit par “öz” ou “as l olan”. Ces expressions en turc sont peut-être les équivalents les plus proches selon les définitions des dictionnaires. Pourtant, les autres traductions ont tous des différents équivalents: Süreya: “gerçeğin mayası”, Eren: “duygular”, Erendor: “gerçek”, Uygur: “hakikat”. Donc, l'autre moitié des traducteurs ont transposé le mot “essentiel” en Turc, comme la vérité ou les sentiments. Une autre

⁵⁷ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Meriç, 1995, page 67.

⁵⁸ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Lotus, 2005, page 80.

traduction, celle d'Erhat, nous présente l'essentiel comme "ıcyüzü", la caractéristique profonde et spirituelle de l'homme.

En somme, pour cette expression, les traducteurs turcs n'ont pas la même conception. Ceci provient peut-être de la multitude des sens du mot "essentiel" dans les deux différentes cultures et langues. Dès lors, il est difficile de définir une équivalence adéquate pour ce mot; pourtant, les traductions qui donnent aux lecteurs un sens du mot "essentiel" raisonnable et convenable dans le contexte, peuvent être considérées comme réussites.

III. 2. 5. Fragment V

Pour ce fragment, l'expression qui donne matière à une confusion parmi les traducteurs, c'est le mot "éphémère".

FRAGMENT V: "-Parce que les fleurs sont éphémères."⁵⁹

TRANSLATUM/ DIRANAS: "Çiçekler geçicidir."⁶⁰

TRANSLATUM/UYGUR: "Çiçekler birer seraptır."⁶¹

TRANSLATUM/ERHAT: "Çünkü çiçekler fani şeylerdir."⁶²

TRANSLATUM/SÜREYA: "Çünkü çiçekler bugün var yarın yok. Yani geçici."⁶³

TRANSLATUM/EREN: "Güzel olabilir ama senin çiçeğin de öbür çiçekler gibi solmaz mı, o da göçüp gitmez mi?"⁶⁴

TRANSLATUM/ERENDOR: "çünkü onlar kısa ömürlüdürler."⁶⁵

TRANSLATUM/ARSLAN: "Çiçekler geçicidir de ondan."⁶⁶

⁵⁹ Saint-Exupéry, A., *Le Petit Prince*, Paris, Gallimard, 1983, page 56.

⁶⁰ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Le magazine "Çocuk ve Yuva" numéro #9, 1953, page 11.

⁶¹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Hüsnütabiat Matbaası, 1953, page 48.

⁶² Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Doğan Kardeş, 1953, page 54.

⁶³ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Bilgi, 1965, page 53.

⁶⁴ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Danışman, 1969, page 50.

⁶⁵ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Istanbul, Barış, 1984, page 50.

⁶⁶ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 1991, page 58.

TRANSLATUM/DOĞAN: "...çünkü onlar gelip geçici şeyler."⁶⁷

TRANSLATUM/EKİŞCELİ: "...çünkü çiçekler geçididir."⁶⁸

TRANSLATUM/ERKAY: "Çünkü gelip geçicidir çiçekler."⁶⁹

Définissons d'abord le mot "éphémère" selon le Dictionnaire de l'Académie Française: "ÉPHÉMÈRE adj. et n. m. XIII^e siècle. Emprunté au grec *ephēmeros*, composé de *epi-*, «pendant», et *hēmera*, «jour». I. Adj. Qui ne dure qu'un jour. *Insecte éphémère. Fleur éphémère.* Par ext. De très courte durée, sans lendemain. *Succès, bonheur éphémère. Un règne éphémère. Des ouvrages éphémères, qui tomberont rapidement dans l'oubli.*"⁷⁰

Selon cette définition, la réussite de la traduction dépend de l'utilisation d'un équivalent de l'adjectif "éphémère", qui peut donner au lecteur turc le sens d'"une durée très courte" et "tomber dans l'oubli". L'expression turque "gelip geçici" est peut-être l'équivalent le plus adéquat du mot "éphémère". D'ailleurs, dans la plupart des traductions, les traducteurs ont choisi les expressions "geçici" ou "gelip geçici". Dans la traduction d'Erendor, on se réfère directement à la durée de la vie: "k sa ömürlü." Pourtant dans les trois traductions, on rencontre des diverses conceptions. Dans la traduction d'Uygun, l'adjectif "éphémère" devient un "mirage". Ici, le traducteur ajoute sa réflexion personnelle et afin d'expliquer mieux le mot du texte de départ, il emploie un nom concret, le mirage. Dans les traductions d'Erhat, de Süreya et d'Eren, on rencontre une intention d'explication du sens de l'adjectif, en ajoutant à la phrase des définitions ou des exemples. Le traducteur qui décide qu'un seul mot en turc ne peut pas suffire pour exprimer le sens équivalent du mot "éphémère", ajoute une explication: "Çiçekler bugün var yar n yok. Yani geçici."

III. 2. 6. Fragment VI

⁶⁷ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prenses*, Istanbul, Meriç, 1995, page 51.

⁶⁸ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prenses*, Istanbul, Nehir, 1996, page 57.

⁶⁹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prenses*, Ankara, Lotus, 2005, page 63.

⁷⁰ *Dictionnaire de l'Académie française: 9^e édition*, Paris, Fayard, 2005.

Dans ce fragment, l'influence des facteurs visuels est très remarquable, comme on l'a vu dans l'exemple de la "Forêt Vierge".

FRAGMENT VI: "Mais personne ne l'avait cru à cause de son costume."⁷¹

TRANSLATUM/ DIRANAS: "Gel geldim, tuhaf k yafetinden ötürü kendisine inanmamışlardı."⁷²

TRANSLATUM/UYGUR: "Fakat üzerindeki elbiseleri o kadar garipti ki kimse onun sözlerine inanmadı."⁷³

TRANSLATUM/ERHAT: "...fakat kıyafeti acayip olduğu için kimse sözüne inanmamıştı."⁷⁴

TRANSLATUM/SÜREYA: "Ama başında fes, ayağında şalvar var diye sözüne kulak asan olmamış."⁷⁵

TRANSLATUM/EREN: "Fakat giyimi yüzünden onu kimse ciddiye almadı."⁷⁶

TRANSLATUM/ERENDOR: "Ama bir Türk giysisiyleydi ve hiç kimse onun dediklerine inanmadı."⁷⁷

TRANSLATUM/ARSLAN: "...ama elbisesi yüzünden söylediklerine kimse inanmamıştı."⁷⁸

TRANSLATUM/DOĞAN: "...ama adamcağız şalvar, cepken ve fes giyiyor diye onun söylediklerine kimse değer vermemiş."⁷⁹

TRANSLATUM/EKİŞÇELİ: "Ama, ayağından şalvar, sırtında kolsuz ve kısa bir kumaş yelek, başında da fes olduğu için, kulak bile vermeden, inanmamışlar."⁸⁰

TRANSLATUM/ERKAY: "Ama üzerindeki k yafeti yüzünden kimse ona inanmadı."⁸¹

⁷¹ Saint-Exupéry, A., *Le Petit Prince*, Gallimard, 1983, page 19.

⁷² Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Le magazine "Çocuk ve Yuva" numéro # 3, 1953, page 13.

⁷³ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Hüsnütabiat Matbaas, 1953, page 11.

⁷⁴ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Doğan Kardeş, 1953, page 17.

⁷⁵ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Bilgi, 1965, page 16.

⁷⁶ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Danışman, 1969, page 13.

⁷⁷ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Barış, 1984, page 19.

⁷⁸ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, 1991, page 21.

⁷⁹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Meriç, 1995, page 14.

⁸⁰ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, İstanbul, Nehir, 1995, page 13.

⁸¹ Saint-Exupéry, A., *Küçük Prens*, Ankara, Lotus, 2005, page 22.

D'abord, il est à remarquer que dans le texte de départ, l'auteur ne nous donne aucune information qualificative sur les caractéristiques de l'objet, du "costume". Il exprime seulement que l'objet, donc le costume de l'astrologue, est la seule raison qui empêche l'approbation de sa découverte par le monde scientifique, mais il ne nous parle absolument pas de n'importe quelle caractéristique de ce costume. Pourtant dans les traductions d'Ekişçeli, de Doğan et de Süreya, nous trouvons des détails qui nous présentent le costume avec toutes ses caractéristiques. Dans ces traductions, le costume non décrit dans le texte de Saint-Exupéry, devient un costume oriental. Erendor ne se contente pas de la caractéristique orientale du costume et il nous exprime que l'astrologue porte un costume des Turcs. D ranas, Uygur et Eihat ne nous donnent pas des détails mais ils ajoutent quand même un adjectif: Le costume selon ces traductions est "bizarre" ou "étrange". Nous devons donc parler ici du facteur qui dirige les traducteurs à ajouter des descriptions pour le costume.

Même si l'auteur ne décrit pas l'objet dans le texte, il y existe un dessin de l'auteur qui le nous montre visuellement. Le costume représenté dans le dessin, est un costume de l'homme oriental, avec "le chalvar", "le fez"... Ce facteur visuel se trouve directement reflété sur les traductions. Pourtant le traducteur qui est responsable de traduire le texte, ne peut pas ajouter dans sa traduction, ses propres réflexions. Donc ici, il n'est pas très raisonnable de parler d'une traduction fidèle. On peut quand même dire que la désignation du costume, ajoutée par les traducteurs, n'est pas incorrecte et en fait, celle-ci représente convenablement les caractéristiques du costume selon le texte du départ; mais nous pouvons aussi affirmer que l'auteur qui avait la même possibilité de qualifier ce costume, n'a pas choisi de le faire donc il est mieux de respecter les choix de l'auteur. En somme, les traductions d'Erkay, d'Arslan et d'Eren respectent les choix de l'auteur, dans leurs traductions, on ne donne aucun commentaire sur le costume.

III. 3. L'ANALYSE DES CARACTÉRISTIQUES VISUELLES ET TEXTUELLES

III. 3. 1. Hans Vermeer et la théorie du Skopos

La théorie du Skopos est une approche nouvelle en traductologie, créée dans les années 70 par Hans Vermeer, linguiste allemand. Cette théorie propose un abandon des théories linguistiques qui tentaient d'expliquer l'activité traductive avec les notions sémantiques, structuralistes ou interlinguistiques, afin d'avoir une théorie orientée vers la fonction et le contexte socioculturel.

La théorie du Skopos s'appuie sur le but et l'acte. Le terme "skopos" dérivé du grec "skopoi" signifiant "but" est utilisé comme un terme technique pour désigner ce but qui doit être défini avant toute traduction. En outre, selon la théorie de l'action qui a inspiré celle du skopos, toute action vise un résultat ou un produit. Ainsi, Vermeer s'est référé au produit de la traduction comme le 'translatum'. (Baker 1998 : 235)

Le point essentiel de cette approche fonctionnelle, c'est la fonction et le but assignés à la traduction par son "initiateur" ou son "commanditaire" qui spécifient les stratégies de traduction. Mais, contrairement à la théorie de l'action, le texte de départ est aussi pris en compte dans la reproduction du message. Ce principe de considération du texte source, est nommé 'fidélité' par Vermeer. Il se justifie par le fait que le texte de départ constitue la source de la traduction et ne doit pas être ignoré. Il doit exister une certaine relation, une relation fidèle entre le translatum et le texte source. Vermeer affirme que dans le processus de traduction, deux règles doivent être observées: la cohérence et la fidélité. (Munday 2001 : 123)

Le texte traduit doit être suffisamment cohérent pour l'audience cible dont le contexte culturel et l'environnement cognitif doivent être pris en compte. La traduction offre une information aux membres d'une culture dans leur langue sur une information fournie à l'origine au sein d'une autre culture, dans une autre langue. Elle donne des informations sur certains aspects du texte de départ selon le contexte d'arrivée spécifié par son initiateur.

L'initiateur (ou le commanditaire) de la traduction joue un rôle clé dans la détermination des stratégies de traduction. Ni la sélection des aspects du texte de départ,

ni la détermination du “skopos”, du but, ne se font au hasard. Ils sont essentiellement déterminés par les besoins et par les attentes du texte cible, tels que spécifiés par l’initiateur, mais les besoins et les attentes ne sont pas toujours spécifiés explicitement. La règle de fidélité concerne la cohérence intertextuelle entre le translatum et le texte source. On observe ce principe dans la théorie du skopos selon Vermeer pour éviter une traduction extrêmement libre.

Le fait de considérer la fonction et le but de la communication comme les facteurs déterminants de la stratégie de traduction pourrait laisser entrevoir une approche de traduction extrêmement libre et ce principe de ‘fidélité’ pourrait viser à pallier cette faiblesse, mais on se rend compte qu’ils se démarquent difficilement du principe de fidélité prôné par les théories d’équivalence.

Les skopos des textes de départ peuvent être différents. Dans les cas où ils sont les mêmes, on parle de constance fonctionnelle, tandis que là où ils changent, on parle de changement de fonction. Dans ce dernier cas, la norme de traduction sera plutôt la fidélité. (Vermeer 1989 : 154)

Après avoir mis en évidence dans la dernière partie de notre étude, les différences entre les traductions du Petit Prince en Turc, nous allons essayer de montrer les causes des ces différences et ces analyses seront appuyées sur les deux notions essentielles de la théorie du Skopos: le contexte spécifié par l’initiateur et la fidélité au texte source.

III. 3. 2. L’Interprétation des caractéristiques visuelles et textuelles selon la théorie du Skopos

Dans les derniers chapitres, nous avons essayé d’analyser le livre “*Le Petit Prince*” avec toutes ses caractéristiques textuelles et visuelles pendant son aventure en Turquie, de 1953 jusqu’à nos jours. Finalement, nous avons obtenu des indices qui peuvent nous révéler les conséquences de la relation entre la maison d’édition, le traducteur et le lecteur, sur la qualité et le contenu du texte d’arrivée, de la traduction. La multitude des traductions et les diversités entre ces textes d’arrivée qui proviennent d’un texte de

source unique, peuvent nous aider à comprendre la puissance des facteurs extérieurs pendant l'acte de traduction.

Selon le reproche fonctionnel de Vermeer, c'est la fonction et le but assigné à la traduction par son initiateur ou son commanditaire qui déterminent les stratégies de traduction. D'abord, nous allons mettre en œuvre brièvement, les caractéristiques visuelles et textuelles du *Petit Prince* en fonction des relations "initiateur / audience cible".

-Les premières éditions en feuilletons et sous forme de livres sont sans doute des éditions qui sont orientées vers un auditeur cible: le lecteur enfant.

-Les termes employés pour définir le responsable des traductions des contenus textuels du livre sont le présentateur, l'arrangeur... et il est évident qu'on rencontre ces termes pour définir les arrangeurs des livres, -des contes, des bandes dessinées- qui sont orientés vers un lecteur cible unique: le lecteur enfant.

-Les couvertures attirantes, colorées, dessinées, sans le nom des personnages réels, sont aussi des exemples des livres qui sont orientés vers un lecteur cible: le lecteur enfant.

-Les prix des éditions du *Petit Prince* sont réglés par les maisons d'édition et fixés toujours au-dessous des prix des livres de toute sorte. Pourtant le seul genre du livre qui sont vendus à des prix les plus bas sont des livres d'enfants et donc il est évident que *Le Petit Prince* est présenté au lecteur comme un livre d'enfants qui a inévitablement un lecteur cible unique: le lecteur enfant.

-Aujourd'hui, l'étagère sur laquelle on place les éditions du *Petit Prince* dans les librairies dans les villes et sur Internet, est toujours la même section: la section des enfants et nous pouvons donc bien dire que le lecteur cible est déjà déterminé par la maison d'édition et même par les librairies: le lecteur enfant.

Ces indices qu'on a démontrés dans le dernier chapitre nous aident à déterminer l'initiateur et le lecteur cible, mentionnés dans la théorie du Skopos. Dès le début, *Le Petit Prince*, se trouve en Turquie, juste au point central d'une relation entre la maison

d'édition (l'initiateur) et le lecteur enfant (le lecteur cible). Il est évident que, selon Vermeer, la qualité et le contenu des traductions qui ont des différents initiateurs et différentes audiences cibles, ne peuvent pas être identiques. C'est pourquoi, il est raisonnable qu'on rencontre des différences entre les traductions turques et les traductions en diverses langues du monde. Car il y a déjà une différence entre les relations "l'initiateur/le lecteur cible" dans la culture originale du livre et dans la culture d'arrivée. Dans la culture de notre texte de départ, *Le Petit Prince* est présenté au lecteur, au début et en général, comme une oeuvre de l'homme de lettres Antoine de Saint-Exupéry, et c'est pourquoi le livre n'est pas demandé sous forme de livre d'enfants par le lecteur. Pourtant dans la culture d'arrivée, dans ce cas la culture turque, le livre est présenté au lecteur sous une autre forme, sous la forme de livre d'enfant. Ainsi, il n'est pas raisonnable d'avoir la même perception du livre par deux groupes de lecteurs de ces deux cultures. Ces indices nous ont montré que *Le Petit Prince* est souvent compris comme un simple produit de marché par les initiateurs en Turquie. Comme le contenu de cette oeuvre littéraire peut être modifié selon les nécessités et les besoins du lecteur cible, déterminés par la maison d'édition, il n'est pas très convenable de dire qu'il s'agit d'une transposition d'une création artistique textuelle, d'une langue de départ vers une langue d'arrivée. Ici, nous pouvons parler surtout de l'adaptation d'un produit de marché selon les critères d'un lecteur cible.

Selon la théorie de l'action qui a inspiré celle de Vermeer, toute action vise un résultat ou un produit. Vermeer nomme le produit de la traduction comme le 'translatum'. Le translatum est modifié et complété par le but assigné à la traduction par l'initiateur. Donc il n'est pas possible de parler d'un translatum, d'une traduction non modifiée, non transformée ou non réformée selon le but et selon la commande de l'initiateur. Ajoutons maintenant dans notre étude, des analyses des traductions modifiées selon les commandes des maisons d'édition. Ces analyses vont nous révéler clairement le rôle et l'effet de la relation "initiateur / lecteur cible" sur un texte d'arrivée. Ainsi, selon Vermeer, le produit ou le résultat du processus de traduction doit être considéré par sa fidélité au texte source. Pourtant, le traducteur qui est assigné par son commanditaire pour créer un translatum orienté, a donc deux possibilités: opposer aux ordonnances de son commanditaire ou rester fidèle au texte. En somme, le but de la maison d'édition

gouverne la caractéristique de la traduction parce que le traducteur qui accepte la proposition de la maison d'édition, accepte en même temps de rester fidèle aux commandes de son commanditaire, mais non au texte de départ.

Dans le Fragment I, le traducteur, qui est assigné par l'initiateur de créer un *translatum* orienté directement aux enfants, forme son texte de départ quant aux nécessités de son lecteur: la Forêt Vierge est devenue la Forêt d'Equateur pour que le livre soit compréhensible pour son lecteur cible, l'enfant. Selon l'initiateur, un enfant qui n'a pas encore la connaissance d'une expression "la Forêt Vierge" peut aisément comprendre que la forêt d'Equateur est une connaissance géographique et peut la mettre dans sa mémoire. Par contre, pour les maisons d'édition qui ont comme leurs lecteurs cibles, le lecteur adulte, la traduction peut contenir l'équivalent juste de cette expression parce que ce lecteur n'aura pas de problème à le comprendre. Ce fragment nous montre donc deux types de traduction qui sont rigoureusement différents: la traduction simple et sans additions du traducteur et la traduction détaillée et expliquée par le traducteur. Donc, il est évident que le facteur qui crée cette différence est le lecteur cible de l'initiateur. Mais nous pouvons bien dire que pour la traduction expliquée, qui est orientée vers un lecteur unique, il n'est pas possible de parler de la fidélité au texte source.

Dans le fragment II, le dictateur turc devient un chef ou un leader turc parce que selon les éditeurs, le lecteur enfant turc peut y avoir des difficultés de voir chez ce dictateur - même s'il n'est pas identifié dans le texte source- son héros national réel dans sa mémoire. Le traducteur qui est assigné pour orienter vers le lecteur enfant ne peut pas donc ignorer ce détail. Donc il change la qualification de cette personnalité imaginaire, il lui donne un nom réel et le transforme en personne réelle qui se trouve déjà dans la mémoire de l'enfant. Par contre, un autre traducteur -le traducteur des éditions Bahar- qui est assigné sans doute pour faire une traduction orientée vers un groupe de lecteurs bien défini, ajoute plusieurs phrases pour la satisfaire. Pourtant dès qu'on fait une modification consciente dans le texte de départ, il devient difficile de parler de la fidélité au sens vermeerien du terme.

Dans le même fragment, nous distinguons aussi le rôle du facteur culturel affirmé par Vermeer. Dans la phrase, on parle d'un caractère imaginaire, mais qui appartient à une

société bien définie: la société turque. Dès lors, le lecteur turc ne peut pas être indifférent à cette phrase. Celle-ci attire absolument l'attention du lecteur turc et ce facteur culturel dirige le traducteur qui vient de la même société et qui sait les caractéristiques de cette culture, de faire sa traduction en fonction des goûts, des valeurs ou des moralités de cette société. Parmi les traductions autour du monde, il n'y a aucun exemple qu'on voit un remplacement de ce nom propre avec un autre parce que ceci ne peut être remarquable et distinctif que pour les membres de cette société mentionnée. Le fragment II est donc très remarquable pour distinguer en même temps, les trois facteurs déterminants pendant le processus de la traduction selon Vermeer, la relation initiateur / lecteur cible, la fidélité et l'effet socioculturel.

Dans le fragment III, le verbe "apprivoiser", qui a des sens profonds dans le contexte du Petit Prince, est transposé en turc avec deux différentes expressions: "ehlileşmek/evcilleşmek" (l'équivalent correct) et "alışmak". Nous pouvons aisément dire que remplacer le verbe "apprivoiser" avec "alışmak" est une faute de traduction parce qu'il n'existe aucun point commun en vue des sens de deux mots. Mais il est ainsi évident que rencontrer la même faute dans différentes traductions ne peut pas être une coïncidence. Ici, le lecteur cible de la maison d'édition et la décision de l'éditeur sont efficaces. Selon l'initiateur, le vocabulaire de l'enfant est limité et il peut comprendre en général des mots et des expressions utilisées souvent dans sa vie quotidienne. On peut bien dire que le mot turc "ehli" n'est pas très souvent utilisé en turc et l'enfant peut y avoir des difficultés à comprendre le vrai sens de ce mot. Pourtant "alışmak" est un verbe plus souvent utilisé que l'expression "ehli", donc le traducteur, en vue d'être compréhensible par son lecteur cible, a transformé la traduction et a choisi un équivalent plus convenable au prix de s'éloigner du texte source.

Dans le fragment IV, le mot "essentiel" est traduit ou plutôt adapté selon une autre nécessité. Le mot porte des sens mystiques et donc il est difficile pour le lecteur enfant, de comprendre ce mot avec son sens employé dans le texte. Le traducteur, qui n'a pas pour but d'orienter sa traduction vers les enfants, traduit le mot "essentiel" par des équivalents turcs les plus proches "öz" ou "as l". Pourtant, le traducteur qui est assigné par la maison d'édition, ne peut pas laisser ce mot incompréhensible dans le texte, parce que son lecteur est un enfant; donc, il explique l'expression en ajoutant des phrases dans

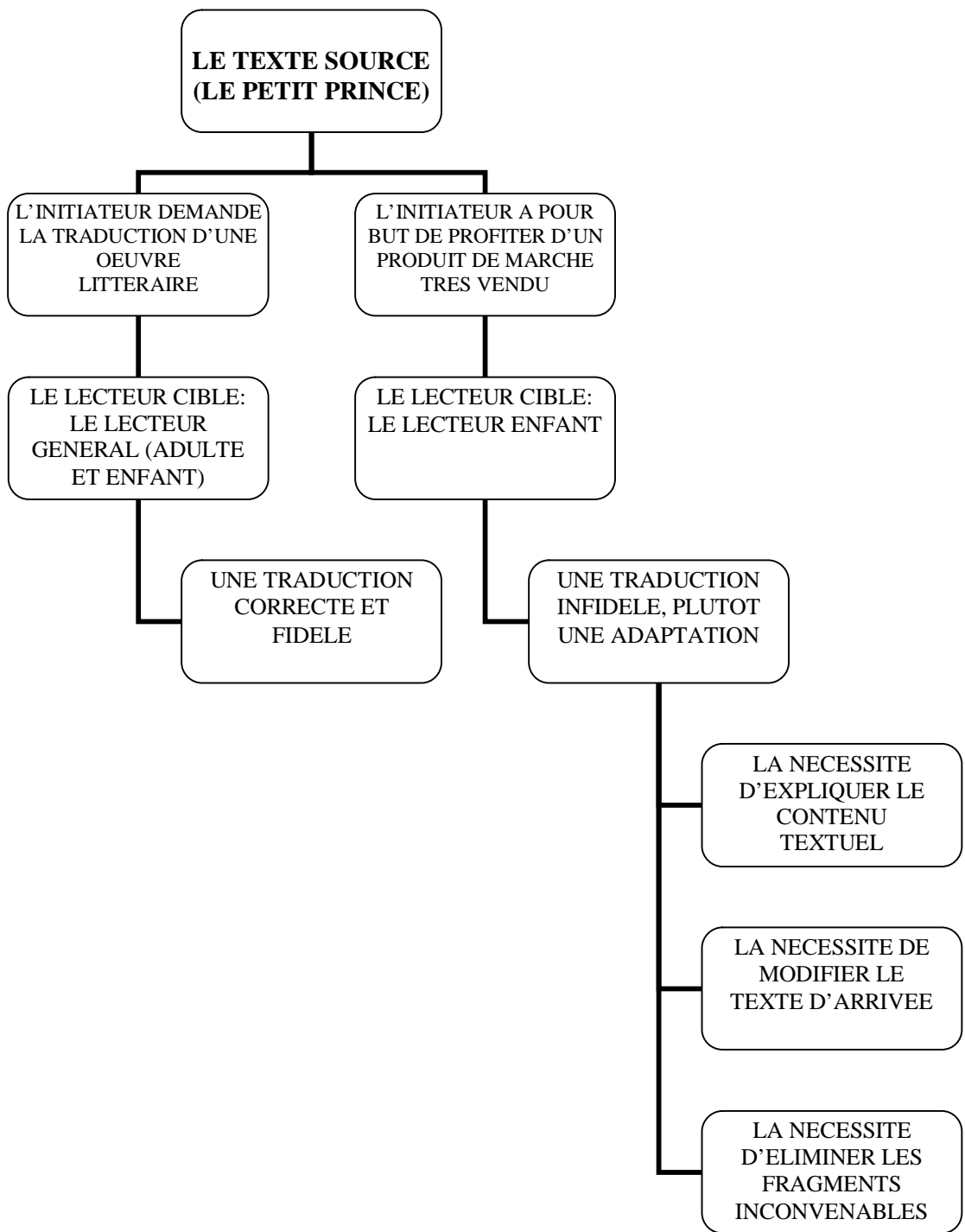
le texte. Dans ces textes d'arrivée, on rencontre des phrases ajoutées par le traducteur, qui servent à expliquer le vrai sens du mot et qui expriment les réflexions personnelles du traducteur. L'intention de la maison d'édition, atteindre le lecteur enfant, dirige le traducteur à faire une traduction adaptée ou modifiée, en tout cas une traduction infidèle au texte du départ.

Le fragment V nous montre un autre effort de la modification du texte d'arrivée selon les nécessités du lecteur cible. Le mot "éphémère" qui ne peut pas être compris par l'enfant selon l'éditeur de la maison d'édition, est modifié par son promoteur. Ainsi, le traducteur met dans sa traduction un mot plus concret, plus compréhensible au lieu du mot "éphémère" ou il ajoute l'explication de ce mot dans la phrase suivante. En tout cas, la traduction s'éloigne du texte de départ.

Dans la phrase qui constitue notre fragment VI, même si l'auteur n'a pas décrit "le costume" de l'astrologue, la quasi-totalité des traducteurs ont choisi de décrire ce costume imaginaire en regardant le dessin de l'auteur. Nous pouvons bien dire qu'il n'est pas possible de rencontrer une autre traduction faite vers une autre langue, dans laquelle on a décrit ce costume. Dans la phrase précédente, l'auteur affirme que ce costume appartient à un astrologue turc et qu'il est vraiment un élément de la culture turque et donc c'est un objet qui n'est important et attirant que pour les Turcs. C'est un bon exemple pour prouver l'effet socioculturel pendant le processus de la traduction.

Ainsi, selon le traducteur, pour son lecteur cible, donc pour les enfants, le costume mentionné n'est pas clair et l'utilisation de ce mot peut avoir des difficultés à être comprise par les enfants. Donc assigné par l'initiateur, le traducteur, rend cet objet plus clair pour les enfants. Comme nous avons déjà séparé en deux groupes les éditions, pour les enfants et pour les adultes, il n'est pas difficile de dire qu'une telle approche, - faire des explications et des remarques-, ne peut être trouvé que dans les éditions orientées vers les enfants.

Finalement, le schéma suivant nous montre les conséquences de la relation entre le traducteur et l'initiateur et les effets des commandes des initiateurs sur le translatum, donc sur le produit de l'acte de traduction.



IV. CONCLUSION

Pendant les recherches que nous avons faites pour notre étude, nous avons témoigné, encore une fois et plus clairement, de la popularité universelle de l'oeuvre d'Antoine de Saint-Exupéry, *Le Petit Prince*. La popularité de ce livre, sujet de notre étude, est déjà un fait connu et évident pour tout le monde. Pourtant, après avoir constaté et démontré dans notre étude, les particularités et les singularités dans l'histoire du *Petit Prince* à travers le monde et les chiffres, les faits et les reflets en dehors de la littérature qui augmentent sa popularité, nous avons été convaincu que cette oeuvre de Saint-Exupéry est sans doute exceptionnelle dans l'histoire de la littérature mondiale.

Les chiffres de vente dans tous les pays du monde et le nombre immense des traductions vers presque toutes les langues sont des preuves de la popularité du *Petit Prince*. Mais comment cette popularité universelle s'est établie? Un détail dans notre recherche nous paraît très important pour mieux comprendre comment *Le Petit Prince* a acquis cette célébrité à travers le monde. *Le Petit Prince* est l'un de rares livres, ou de créations artistiques, nées au milieu de deux cultures et qui appartiennent à ces deux cultures en même temps dès son apparition. Le livre qui est écrit par un auteur français, étant une oeuvre de la littérature française, est né en 1943, à New York, la ville la plus développée du pays qui domine le divertissement, la culture, l'art et le média populaires à travers le monde, des Etats-Unis. Donc, *Le Petit Prince* possédait en même temps, le pouvoir artistique de la littérature française et le pouvoir médiatique de la culture américaine. Grâce au prestige de la culture française dans les branches de l'art, acceptée par tout le monde, le livre avait déjà une puissance, une qualité artistique: *Le Petit Prince* était d'abord une oeuvre de la littérature française et ceci était probablement l'étiquette la plus prestigieuse et efficace pour une oeuvre artistique à travers le monde. De l'autre côté, dans les années 40 et 50, la culture américaine s'étendait de plus en plus à travers le monde. Le monde de divertissement était dirigé par l'industrie américaine: Elvis Presley, Walt Disney, Frank Sinatra, Orson Welles ou Humphrey Bogart étaient des symboles de toutes les branches de l'art, créés par le média américain et présentés au monde et qui sont devenus des symboles de la popularité internationale. Les goûts

artistiques et populaires du reste du monde se sont modifiés par rapport à la dominance culturelle américaine dans ces années-là. En somme, le contenu littéraire du livre qui appartient à la littérature française et le pouvoir médiatique de l'industrie de divertissement américaine qui peut créer un symbole international grâce à ses méthodes commerciales et sa dominance populaire, se sont réunis dans le cas du *Petit Prince*. Cet ensemble de pouvoirs nous paraît comme la cause essentielle pour l'établissement de la popularité universelle du *Petit Prince*.

Dans le cas du *Petit Prince*, dès sa parution, une question unique est toujours posée: "Est-ce que *Le Petit Prince* est un livre d'enfant ou un livre d'adulte?" Nous admettons que celle-ci est une question très difficile à répondre. D'ailleurs, malgré plusieurs analyses de critiques à travers le monde, on n'a pas encore une réponse exacte et acceptée par tout le monde. Pourtant, d'après nous, ce n'est pas la réponse, mais la présence de la question qui reste toujours un élément primordial et indispensable pour la popularité du *Petit Prince* dans le monde. L'homme veut résoudre les énigmes, l'inconnu est toujours attirant pour lui. Un objet, concret ou abstrait, intéresse, attire le plus les hommes si il a plus d'inconnus, si il présente à l'homme plus d'énigmes à résoudre. La curiosité est évidemment utilisée au cours des siècles pour attirer les hommes, pour les exciter. Le secteur commercial s'est donc toujours servi de cette caractéristique fondamentale de l'homme. Un produit qui est devenu un énigme est toujours très vendu. Les entreprises ne présentent pas aux acheteurs tous les détails de leurs produits, parce qu'un produit connu par tout le monde, sans surprises, n'attire pas beaucoup l'homme curieux. Il est évident que *Le Petit Prince* est à la fois un livre d'enfant et un livre d'adulte. La question, l'énigme toujours posée est devenue un slogan, une publicité pour augmenter la popularité du livre. Cette question attire les lecteurs à travers le monde parce que le lecteur pense que ce livre cache quelque chose dedans. *Le Petit Prince* est présenté au lecteur international comme un livre mystérieux. On souligne toujours, consciemment, cette question dont la réponse est inconnue. Et quand nous ajoutons la mort mystérieuse, énigmatique de son auteur, pendant un voyage vers un endroit inconnu, nous voyons que le livre devient une vraie source de curiosité pour le lecteur international et ceci lui accorde une popularité universelle.

Le problème de ne pas pouvoir déterminer le livre comme un livre d'enfant ou un livre d'adulte a rendu *Le Petit Prince* une caractéristique énigmatique mais il nous a révélé une autre particularité du livre. Il est évident que si cette question est toujours posée, nous pouvons bien dire que *Le Petit Prince* porte en même temps les caractéristiques d'un livre d'enfants, donc les contes, et d'un livre d'adulte, d'un roman. Cette dualité est l'un des éléments les plus déterminants qui augmentent la popularité du livre. Le livre, avec sa manière de raconter, ses caractères et faits fantastiques ou ses dessins, peut être caractérisé comme un conte. De l'autre côté, avec son contenu philosophique et mystique qui critique l'homme moderne et ses défauts, avec les métaphores, les allégories et les symboles utilisés dans le déroulement du récit, peut être classé parmi des oeuvres philosophiques les plus notables. Aujourd'hui, nous voyons que les oeuvres qui ont réussi à réunir ces deux caractéristiques, trouvent des immenses groupes d'adorateurs: "*Le Seigneur des Anneaux*" de J.R.R.Tolkien et "*Harry Potter*" de J.K.Rowling sont deux plus grandes exemples des oeuvres littéraires (ou paralittéraires) qui ont une popularité incroyable à travers le monde, grâce à leurs doubles caractéristiques: avoir des messages et des symboles pour les enfants et pour les adultes. Ainsi, aujourd'hui, nous voyons de moins en moins les bandes dessinés qui s'orientent seulement vers les enfants: "*Simpsons*" ou "*South Park*" sont des bandes dessinés connus à travers le monde et qui contiennent autant de messages et de symboles pour les adultes que pour les enfants. *Le Petit Prince*, avec son contenu littéraire destiné aux enfants et les adultes peut être considéré comme l'un des premiers exemples de cette nouvelle génération des oeuvres d'enfant.

Dans la première partie de notre étude, nous avons essayé de voir les mesures de la popularité du *Petit Prince* à travers le monde et de comprendre comment on a établi cette célébrité. En somme, nous avons vu que ce livre avait atteint un immense nombre de lecteurs de toutes les cultures et que ceci est sans doute exceptionnel dans l'histoire de la littérature. Les résultats qu'on a obtenus dans cette partie nous ont servi de trouver les réponses pour les questions essentielles de notre étude, qui concernent la relation entre *Le Petit Prince* et le lecteur turc.

Ainsi, afin de bien déterminer la place occupée par *Le Petit Prince* dans le monde littéraire turc, nous avons essayé de mettre en évidence tous les détails textuels et historiques du livre en Turquie, dès sa première apparition jusqu'à nos jours. Les données nous ont montré que la situation générale dans le monde de la popularité du *Petit Prince*, manifeste aussi en Turquie. Nous avons vu que le caractère mystique du livre et l'incertitude au sujet du lecteur cible du livre sont autant efficaces en Turquie que le reste du monde. Nos recherches nous ont montré que la question, "est-ce *Le Petit Prince* est orienté vers les enfants ou les adultes?", qui est devenu une sorte de slogan ou un moyen de publicité pour l'extension de la célébrité du livre, est toujours très fascinant pour le lecteur turc. Nous pouvons bien dire que, dans la culture turque, comme dans les cultures méditerranéennes, on rencontre rarement la curiosité pour l'inconnu. Ceci est donc toujours utilisé pour la réclame des produits. Dans le cas du *Petit Prince*, nous avons vu que "le lecteur cible inconnu" du livre est toujours laissé à l'ordre du jour par le média. Pour le lecteur turc, *Le Petit Prince* est toujours resté un livre énigmatique.

Le Petit Prince est donc un livre énigmatique pour nous et son lecteur cible n'est pas défini. Pourtant dans notre étude, les analyses qu'on a faites sur les caractéristiques des éditions du *Petit Prince* en Turquie nous ont montré une autre vérité qui peut paraître tout opposée à ceux que nous avons vus de dire dans le dernier paragraphe. Après avoir analysé presque toutes les caractéristiques des éditions turques, nous avons souligné plusieurs fois que la grande majorité des maisons d'édition turques ont orienté leurs éditions du *Petit Prince* vers un lecteur cible unique: le lecteur enfant. Dans le monde et aussi en Turquie, on n'a pas encore pu trouver une réponse exacte à propos du lecteur cible du *Petit Prince* mais en Turquie, les maisons d'édition ont dicté que ceci est un livre d'enfant. Dans notre étude, nous avons vu que cette intention commune des maisons d'édition ne rapporte qu'un seul but: présenter au marché un produit orienté vers les enfants. Il est évident que ce sont les produits pour les enfants qui sont plus vendus dans le marché. "L'enfant" est la cible la plus importante pour les stratégies de vente. Nous pouvons bien dire que *Le Petit Prince* est un livre destiné en même temps au lecteur enfant et adulte. Nous pouvons le considérer comme un conte et un roman. Pourtant les maisons d'édition qui connaissent bien le marché de livre en Turquie, n'ont

jamais pris le risque de présenter *Le Petit Prince* au lecteur, comme un roman, destiné seulement aux adultes. Au contraire, ils ont presque tous présenté *Le Petit Prince*, sous forme d'un conte parce que ceci est très évident que, *Le Petit Prince* peut être un bon roman, une oeuvre littéraire très riche mais s'il était un tel roman pour les adultes, il ne pourrait pas trouver autant de lecteurs turcs. Par contre, *Le Petit Prince* est un conte merveilleux, même incomparable et cette caractéristique du livre est devenue l'objectif essentiel des maisons d'éditions turques. *Le Petit Prince* qui ne pourrait être qu'un roman ordinaire, est présenté au lecteur turc comme un livre d'enfant, comme un conte irremplaçable. En somme, cette stratégie est bien réussie; *Le Petit Prince* a atteint un nombre total de reproductions et de ventes très difficiles à atteindre et il est devenu un phénomène dans le monde de publication turc.

Etre un livre mystérieux et un conte fabuleux, ces deux faits n'étaient pas évidemment les seules causes qui assurent la popularité du *Petit Prince* en Turquie. Le quatrième chapitre du livre est très remarquable et important pour le lecteur turc. Ce chapitre qui n'a aucune particularité des autres chapitres d'après le lecteur international, est devenu une grande réclame, ou peut-être la cause la plus importante pour la popularité du *Petit Prince* en Turquie. Dans ce chapitre, on parle d'un astronome et d'un dictateur turcs. Nous savons que les oeuvres littéraires ou d'autres branches de l'art qui parlent de la Turquie ou de la culture turque, sont toujours intéressantes et remarquables pour le peuple turc. Donc, il n'est pas surprenant que le mot "turc" ait attiré l'attention de nos lecteurs. Pendant nos recherches, nous avons vu qu'il existait toujours des discussions à propos des identités de ces caractères fictifs, particulièrement du dictateur. La question est évidente: est-ce le dictateur turc réfère à Mustafa Kemal Atatürk? Nous savons que dès le début, le média, le lecteur et le monde littéraire turcs ont discuté sur ce problème, le livre est quelque fois interdit de circuler d'après les décisions prises par les organes de l'Etat et nous pouvons aisément dire qu'on n'a pas pu encore décidé que si le dictateur turc réfère à Atatürk ou non. Pourtant, dans le deuxième chapitre de notre étude, nous avons souligné que le dictateur turc est un caractère fictif, créé par Saint-Exupéry et il n'est pas sensible d'établir une relation réaliste entre une création littéraire et une personnage réelle. Nous avons aussi constaté que ce chapitre est traduit très différemment par les traducteurs, souvent afin d'orienter vers diverses parties du peuple

turc, politiquement opposés. Mais en somme, tous ces faits et discussions sont devenus une grande réclame garantissant la popularité du *Petit Prince* en Turquie.

Nos recherches nous ont aussi montré que *Le Petit Prince* était l'un des livres qu'on fait lire aux enfants dans le système de l'éducation de langue étrangère dans le monde entier, et bien évidemment en Turquie. Nous savons que le français et l'anglais sont deux langues essentielles qu'on étudie en Turquie. Donc nous pouvons bien dire que la plupart des enfants qui ont fait des études sur l'apprentissage d'une langue étrangère, du français plutôt, ont lu *Le Petit Prince*. Ceci nous donne un grand nombre de lecteurs du *Petit Prince*. Nous pouvons aussi dire que *Le Petit Prince* est l'un des premiers livres lus et donc inoubliables pour un grand nombre de lecteurs en Turquie. Ensuite, l'emploi du livre dans le système éducatif pendant des années a bien évidemment produit une conséquence économique. Le livre est devenu un livre d'école obligatoire et donc il a fallu qu'on le trouve constamment dans le marché. Ceci était sans doute une source de profit pour les maisons d'éditions.

Donc *Le Petit Prince*, pendant son voyage en Turquie, est présenté sous différentes étiquettes et propagandes: "un livre d'enfant ou d'adulte, un livre mystérieux, un livre qui parle des Turcs, un livre d'école, un conte merveilleux pour les enfants, un roman interdit..." Tous ces slogans sont devenus des réclames qui laissent *Le Petit Prince* toujours dans les mémoires des lecteurs turcs. *Le Petit Prince* n'a jamais été un livre ordinaire en Turquie, il a eu toujours des étiquettes hors littéraires. Pourtant, nous ne pouvons pas dire que *Le Petit Prince* est le seul livre qui est interdit, le seul livre mystérieux ou le seul livre qui parle des Turcs. Donc pourquoi ce livre est traduit en turc des dizaines des fois, publiés plus de cent fois, pendant soixante années et devenu un vrai phénomène de traduction dans l'histoire de la littérature et de la traduction en Turquie?

La popularité du *Petit Prince* en Turquie est sans doute un fait qu'on rencontre rarement mais il n'est pas le seul livre populaire pour le lecteur turc. Pourtant l'histoire de la traduction du *Petit Prince* en Turquie est un cas unique. Après nos recherches, nous avons obtenu quelques résultats qui peuvent être considérés comme une réponse à l'une

des questions essentielles de notre étude, pourquoi on a traduit *Le Petit Prince* des dizaines de fois”. Nos recherches nous ont montré que la cause la plus importante de cette ampleur de traduction est apparemment l’intention économique. Nous avons vu que *Le Petit Prince* est toujours demandé par le lecteur turc, en conséquence de la curiosité, des publicités, des obligations éducatives... et donc la publication du livre est toujours rentable pour les maisons d’édition. Pourtant nous avons vu qu’elles ont toujours choisi de renouveler la traduction et ceci n’est pas habituel.

Ici, il faut sans doute parler de la caractéristique textuelle du *Petit Prince*. Quand on analyse le texte du *Petit Prince*, on rencontre un texte très facile à comprendre et d’ailleurs c’est pourquoi on le lit au début de l’apprentissage du français. Le texte est composé des mots simples. Le style de l’auteur est très facile à suivre, parce que le lecteur cible de l’auteur est l’enfant. Son français est même compréhensible pour un enfant. Ensuite, le texte est très court, on peut aisément lire tout le livre pendant une demi-heure. En somme, nous pouvons sans doute dire que *Le Petit Prince* est un texte très facile à traduire. Mais nous savons aussi qu’en fait, ceci n’est pas un texte si facile. *Le Petit Prince* est accepté dans le monde entier comme l’un des oeuvres philosophiques les plus riches du dernier siècle. Et nous savons bien que la plupart des mots dans le texte sont choisis attentivement par l’auteur et ils sont utilisés souvent avec leur sens secondaires ou cachés. Pourtant dans notre étude, nous avons constaté que la grande majorité des traductions sont plutôt des “adaptations”. Donc est-ce qu’il est possible de parler dans le cas du *Petit Prince*, de la traduction d’une oeuvre philosophique? Il nous semble que la plupart des traducteurs du *Petit Prince* en Turquie, voient le livre comme un simple texte d’un conte. Ainsi, il est évident que quand on détache *Le Petit Prince* de sa caractéristique philosophique, ce livre est sans doute un texte très facile à traduire et nos recherches nous ont montré qu’on considère très rarement *Le Petit Prince* comme une oeuvre philosophique.

En somme, quand nous combinons le profit économique du livre et la facilité de la traduction d’un “texte simple”, la méthode utilisée en général par les maisons d’édition nous apparaît plus clairement. Il est évident que pour la maison d’édition qui a pour but de publier *Le Petit Prince*, publier une ancienne traduction et donc utiliser le nom d’un

traducteur est dangereux et désavantageux à la fois. Il faut ajouter ici que d'après nos recherches, il n'existe que quatre ou cinq personnes qui ont traduit *Le Petit Prince* et qui sont connus comme un traducteur. Donc la grande majorité des traducteurs du livre sont des personnes qui ont traduit seulement ce livre dans leurs vies, ou ce sont des pseudonymes pour cacher une "adaptation" ou une traduction dérobée. Ainsi, la maison d'édition, au lieu de payer un vrai traducteur, trouve aisément quelqu'un qui veut faire sa première et probablement seule traduction dans sa vie. Ici, il faut parler de deux caractéristiques du livre: le livre est "inoubliable" et "sympathique" pour les francophones turcs et le mot "turc" qui se trouve dans le quatrième chapitre est un moyen pour atteindre certains buts politiques. Il nous semble que les maisons d'édition trouvent aisément les personnes francophones qui voudraient traduire *Le Petit Prince* comme ceci est un livre mémorable, qui tient une place importante dans leurs vies. En plus, comme nous avons constaté dans le troisième chapitre de notre étude, le mot "turc" est un mot clé utilisé par des maisons d'édition qui ont certaines intentions politiques. Donc, pour eux, le livre, en dehors de son contenu littéraire, est devenu un moyen de propagande.

En somme, d'après nous, il est difficile de montrer une seule cause qui peut créer la multitude des traductions. Mais nous pouvons dire que le pouvoir économique du *Petit Prince*, la perception de livre en Turquie comme un texte facile à traduire, sa caractéristique sympathique pour les francophones turcs, le quatrième chapitre qui parle des Turcs et qui peut être utilisé comme une manière de propagande politique, sont tous des éléments qui rendent l'ampleur de traduction du livre en Turquie.

Finalement, dans notre thèse, nous avons essayé de déterminer les causes de la popularité du *Petit Prince* à travers le monde, et en Turquie. Nos recherches nous ont montré que *Le Petit Prince* ne peut pas être simplement considéré comme une oeuvre littéraire. Nous avons vu que le livre est dépassé son contenu littéraire et la présence de son auteur. Aujourd'hui, il est devenu un produit de marché qui est très vendu à travers le monde. Mais encore, *Le Petit Prince* est exceptionnel pour le lecteur turc. En dehors d'être un phénomène littéraire dans le monde, il est devenu un phénomène de traduction en Turquie. Le cas exceptionnel du *Petit Prince* en Turquie, nous ont servi de

comprendre encore une fois les effets des intentions économiques, des stratégies politiques, des caractéristiques culturelles à propos de la perception et la traduction d'une oeuvre littéraire.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages consultés

- ADORNO, T. W. *Edebiyat Yaz›l ı* İstanbul, Metis, 2004.
- BAKER, M. *Translation Studies: Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, Londres / New York, Routledge, 1998.
- BALLARD M. *Relations discursives et traduction*, Lille, Presses universitaires de Lille, 1995.
- BARTHES, R. *Le degré zéro de l'écriture*, Paris, Seuil, 1953.
- BARTHES, R. *Fragments du discours amoureux*, Paris, Seuil, 1977.
- BAUDHIN, F. *Dictionnaire de l'économie contemporaine*, Marabout, Paris, 1967.
- BRISSOT E. *Les métiers de l'image*, Bayard, Paris, 1990.
- BRUMOND, M. *Parcours de Lecture. Le Petit Prince*, Paris, Bernard-Lacoste, 2000.
- CARY E. *Comment faut-il traduire?* Lille, Presses universitaires de Lille, 1985.
- DELISLE J. *L'Analyse du discours comme méthode de traduction*, Ottawa, Éditions de l'Université d'Ottawa, 1981.
- DREWERMANN, E. *L'Essentiel est invisible*, Paris, Les éditions du Cerf, 2001
- ECO, U. *The limits of interpretation*, Bloomington, Indiana, Indiana University Press, 1994.
- ELIAD T. *Les secrets de l'adaptation*, Paris, Éditions Dujarric, 1981.
- GUIRAUD, P. *Göstergebilim*, Ankara, İmge Yayınları, 1994.
- GÖKER, C. *Antoine de Saint-Exupéry'de İnsanların Dünyası*, Ankara, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Yayınları, 1972.
- HATIM B., MASON I. *Discourse and Translator*, Harlow, Longman, 1990.
- HOLMES, J.S. *The Name and Nature of Translation Studies*, Londres / New York. Routledge, 2000.
- JACOBSON, R. *On Translation*, Cambridge, Harvard University Press, 1959.
- LEDERER, Marianne. *La traduction aujourd'hui le modèle interprétatif* Paris, Hachette, 1994.

- MEUNIER, P. *La Philosophie du Petit Prince*, Canada, Les éditions Carte Blanche, 2004.
- MOUNIN G. *Dictionnaire de la linguistique*, Paris, PUF, 1974.
- MUNDAY, J. *Introducing translation studies. Theories and applications*. Londres / New York, Routledge, 2001.
- NEYDİM, N. “*Küçük Prens Çevirilerindeki Çirimen Kararlar* ”
<<http://ceviribilim.com/?p=127>> (21.08.2006)
- NEWMARK P. *About Translation*, Philadelphia, Multilingual Matters Ltd., Clevedon, Adelaide, 1991.
- OURY P., *Rédiger pour être lu*, Bruxelles, De Boeck, 1990.
- SELESKOVITCH, D. *Interpréter pour traduire*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1984.
- VENUTI, L. *The Translator's Invisibility, A History of Translation*, Londres / New York, Routledge, 1995.
- VIRCONDELET, A. *Antoine De Saint-Exupéry*, Paris, Julliard, 1994.
- ZIZEK, S. *Yamuk Bakmak*, İstanbul, Metis, 2005.

Ouvrages cités

- BAKER, M. *Translation Studies: Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, Londra/New York. Routledge, 1998.
- MEUNIER, P. *La Philosophie du Petit Prince*, Canada, Les éditions Carte Blanche, 2004.
- MUNDAY, J. *Introducing Translation Studies. Theories and Applications*. London/ New York Routledge, 2001.
- SAINT-EXUPERY, A. *Le Petit Prince*, Paris, Gallimard, 1983.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (çev: Selim İleri), Ankara, Bilgi Yayınları, 1998.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (çev: Ayberk Erkay), Ankara, Lotus Yayınlar , 2005.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (red.: İsmet Doğan), İstanbul, Meriç Yayınlar , 1995.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s, İstanbul, Çocuk ve Yuva Dergisi # 1-13, 1953.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (çev: Ayşe Nur) İstanbul, Doğan Kardeş Yayınlar , 1953.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (çev: Salih S. Uygur) İstanbul, Hüsnütabiaat Matbaas , 1953.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (çev: Cemal Süreya-R. Tomris), Ankara, Bilgi Yayınlar , 1965.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (çev: Fahrettin Arslan), Ankara, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları, 2002.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (çev: Emine Erendor), İstanbul, Barış Yayınları, 1984.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (çev: Muharrem Ekişçeli) İstanbul, Nehir Yayınlar , 1995.
- SAINT-EXUPERY, A. *Küçük Pren*s (çev: Sabit Eren), İstanbul, Danışman Yayınları, 1969.
- VERMEER, H. J. *Skopos and Commission in Translational Action*”, *Readings in Translation Theory*, Helsinki, Oy Finn Lectura Ab., 1989.