LA TRADUCTION DES TITRES DE PRESSE, STRATÉGIES ET EFFETS SUR LA RÉCEPTION

Noreddine HANINI[1]

Résumé : L'objet du présent article est essentiellement la question de la traduction des titres journalistiques. Sur cette base, la réflexion que nous proposons a un caractère exploratoire. Elle s'appuie sur un modèle d'analyse basé sur une approche comparative d'un corpus constitué d'un certain nombre de titres relevés dans des journaux français ainsi que de leur traduction en arabe parue dans la presse marocaine. Il s'agit plus spécialement d'examiner les stratégies mises en œuvre pour restituer ces segments textuels. S'opérant en fonction d'un choix établi par le traducteur, ces stratégies témoignent de sa compréhension et de son interprétation du texte à traduire. Parallèlement, nous prenons intérêt à mettre en avant les effets créés chez le lecteur-récepteur de ces titres traduits.

Mots-clés : Traduction, titre journalistique, stratégies, effets, lecteur.

Abstract: The focus of this article is primarily the issue of the translation of newspaper headlines. Accordingly, the inquiry proposed is exploratory in essence which builds on a model of comparative approach, analyzing a corpus of headlines extracted from French newspapers and their translations in Arabic published in the Moroccan press. More specifically, the paper examines the strategies implemented by the translator to render these text segments. The very choice of these strategies reflects particular understanding and interpretation of the text to be translated. All at once, we mean to highlight the impact of such translated headlines on the reader/receiver.

Keywords: Translation, newspaper headlines, strategies, effects, reader.

Introduction

Le titre est une entité sémantiquement et fonctionnellement autonome, tout en étant étroitement lié au texte qu'il annonce. Ses caractéristiques, notamment sur le plan de sa structure et de ses fonctions, en font un espace discursif particulier, qui peut faire l'objet d'étude du point de vue de la traduction.

Le présent article s'intéresse plus particulièrement aux titres journalistiques. Il vise, à partir de l'analyse d'un corpus constitué de titres relevés dans des journaux français et de leur version arabe parue dans la presse marocaine, à examiner les stratégies mises en œuvre pour restituer ces segments textuels. S'opérant en fonction d'un choix établi par le traducteur, ces stratégies témoignent de sa compréhension et de son interprétation du texte à traduire. Nous serons aussi amené, chemin faisant, à mettre en avant les effets créés chez le lecteur de ces titres traduits.

[1] Université Cadi Ayyad, Marrakech – Maroc, n.hanini@usms.ma

BDD-A28856 © 2018 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 16:02:05 UTC)

Mais avant d'entamer cette entreprise, nous formulerons quelques réflexions sur les titres journalistiques, leur fonctionnement et leurs caractéristiques.

1. Titres journalistiques : fonctions et caractéristiques linguistiques

Le terme "titre" est employé pour désigner un texte en tête d'article, typographié en des caractères et une taille différents de ceux du corps de l'article. C'est l'une des unités constituantes du péritexte des articles journalistiques. Du côté du lecteur, le titre fonctionne comme un déclencheur de la lecture de l'article qu'il introduit. En d'autres termes, il a pour fonction essentielle d'attirer l'attention du lecteur et de lui donner envie de lire tel ou tel article. C'est pour cela que, comme le note Haas (1958 : 219, cité par Demers, 1994 : 520), la presse attache une telle importance à ces éléments péritextuels que, dans les grands journaux d'information, les titres ne sont pas rédigés par les rédacteurs de la copie, mais par des spécialistes.

La métaphore la plus souvent utilisée pour décrire le titre, censé amener le lecteur à entrer dans le texte, est celle de « vitrine de l'article ». Selon Agnès et Croissandeau (1979 : 47), pour attirer et retenir le lecteur, il faut avant tout accrocher son regard ; le titre est une vitrine qui fait vendre l'article. Parmi les qualités d'un bon titre il faut citer : la brièveté, la précision, une certaine nervosité et surtout le titre doit être adapté à l'article ; le lecteur n'aime pas être alléché par un titre et ne pas trouver dans l'article, ce qu'on lui a promis.

Il faut dire que c'est le titre qui donne à lire un article, et la lecture d'un journal peut, parfois, se réduire à celle de ses titres. « Il en résulte que, pour être efficace, cette partie de l'article doit remplir plusieurs conditions […]. Ainsi, parce que l'espace qui lui revient est limité, le titre se révélera à la fois pauvre en mots et riche en informations » (Gergely, 2008 : 20).

Par ailleurs, le titre fait partie de ce que Charaudeau (2006 : 36) a appelé un procédé de focalisation qui consiste à amener un événement sur le devant de la scène, produisant un effet de grossissement. Charaudeau (1983 : 102) souligne également que les titres, dans l'information, sont d'une importance capitale ; car, non seulement ils annoncent la nouvelle (fonction « épiphanique »), non seulement ils conduisent à l'article (fonction « guide »), mais encore ils résument, ils condensent, voire ils figent la nouvelle au point de devenir l'essentiel de l'information. Le titre acquiert donc un statut autonome ; il devient un texte à soi seul, un texte qui est livré au regard des lecteurs comme tenant le rôle principal sur la scène de l'information. C'est donc, le langage des titres, entre autres, qui fait que le lecteur penche pour la lecture d'un tel ou tel article. Qu'en est-il justement de ce langage ?

Dans son ouvrage *Information et Persuasion : Ecrire*, Thomas Gergely esquisse, en tant que caractéristiques typiques du titrage, les ressources stylistiques qui sont un moyen qui permet de renforcer l'indispensable captation d'intérêt, sans laquelle aucun article ne saurait se faire valoir. De même, il est préférable de recourir à la voix active qu'à la voix passive car celle-ci impose des

BDD-A28856 © 2018 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 16:02:05 UTC)

énoncés plus longs et moins efficaces. Mais dans l'objectif de se faire comprendre de manière directe et globale, le journaliste peut recourir aux clichés qui peuvent être de différents types : politique, militaire, médical, etc.

Sont encore deux aspects typiques de l'écriture journalistique l'emploi du conditionnel, qui permet de traduire la majorité des incertitudes travaillant le journaliste, ainsi que les déclarations significatives rapportées au style direct. Sans oublier encore un autre plan sur lequel s'accomplit l'opération d'accroche du lecteur, à savoir celui de l'utilisation avec prédilection de procédés jouant sur le registre de l'intellect et/ou de l'affectif.

2. Analyse des titres

2.1 Titre 1

François Hollande reste un inconnu « socialiste » pour nombre d'Américains	=>	هولاند "اشتراكي" مجهول لدى عدد من الأمريكيين
(*Le Monde*[2])		(*Assabah*[3])

Avant d'aller plus loin, il convient de replacer le titre français dans son contexte situationnel : François Hollande vient d'emporter le second tour de l'élection présidentielle, face à Sarkozy (le 6 mai 2012). Or, son arrivée à la tête de la France ne passionne pas les Américains. D'un autre côté, nous constatons qu'il s'agit d'un titre développé, dans lequel la priorité est donnée à la fonction informative. Cette même fonction est assurée également par le recours au présent « reste ». Il ne faut pas avoir l'esprit mal tourné pour voir que l'emploi du déterminant « un » fait de Hollande un simple personnage politique. Avec les guillemets, le rédacteur du titre français joue sur le sens. Nous comprenons vite que l'appartenance politique de Hollande est tout simplement remise en question. Pour ajouter à ces remarques, nous ne pouvons omettre de signaler qu'aucune référence n'est faite à la fonction de Hollande. Sans doute c'est de l'homme politique qu'il s'agit. En guise de comparaison, le magazine hebdomadaire *Le Point* titrait un jour après l'élection de Hollande : « Vu des États-Unis : Hollande, ce grand inconnu outre-Atlantique ».

Dans la version arabe, ce qui ne peut manquer de frapper tout observateur attentif, c'est qu'elle repose sur une syntaxe elliptique caractérisée par une tendance à nominaliser, d'où l'omission du verbe. En outre, la référence au personnage par son seul nom (« هولاند ») implique que le lecteur est suffisamment averti pour identifier celui-ci. Autrement dit, en choisissant de ne mentionner que le nom, le titre arabe prend pour acquis le fait que le lecteur

---

[2] https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/05/09/m-hollande-reste-un-inconnu-socialiste-pour-nombre-d-americains_1698362_1471069.html, consulté le 21/12/2016.

[3] https://assabah.ma/page/12132?option=com_docman&task=cat_view&gid=119&limit=5&order=name&dir=ASC&Itemid=662&limitstart=25, consulté le 21/12/2016.

BDD-A28856 © 2018 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 16:02:05 UTC)

connaît Hollande. Peut-être, cela est dû à la médiatisation à laquelle l'événement a été soumis. Mis à part ces points de convergence, les deux titres présentent un effet de symétrie.

2.2 Titre 2

Une année de cohabitation	=>	سنة من التعايش
(*Le Monde*, 25-26 novembre 2012)		(*Al ittihad Al ichtiraki*, 28 novembre 2012)

Le titre de départ est construit sur un ton laconique. Mais, la présence d'un surtitre (« Maroc ») permet de préciser le lieu et d'encadrer l'interprétation. Dès lors, la mise en parallèle de ces deux entités péritextuelles permet d'emblée au lecteur de prendre la mesure des choses et le conduit, par conséquent, à restreindre les éventuelles hypothèses relatives au contenu de l'article.

Le titre arabe, lui, correspond à une traduction littérale. Incluant peu d'éclaircissements, ce titre reste énigmatique. Dans ce cas, la compréhension du titre ne pourra être que rétrospective, c'est-à-dire après la lecture de l'article.

2.3 Titre 3

100 % niqab : la télé rêvée des salafistes	=>	قناة «ماريا» المصرية أو عندما يرتدي التلفزيون ثوب النقاب
(*Le Monde*, 8-9 juillet 2012)		(*Al ittihad Al ichtiraki*, 16 juillet 2012)

L'énoncé français frappe en premier lieu par l'utilisation des allusions explicites à des termes à pertinence religieuse (« niqab » et « salafistes »). Ces termes, bien que spécifiques à une communauté religieuse, sont suffisamment routiniers dans le discours journalistique pour passer inaperçus. Cependant, l'association de termes dont l'un, « télé » en l'occurrence, appartient au domaine médiatique et les autres au domaine religieux, dégage indéniablement un effet de suspense, en retardant la révélation de la relation entre ces différents termes. De même, la présence des deux points, qui servent à mettre le thème en relief, porte ce même effet à son comble. L'ensemble de ces éléments contribue à élargir l'éventail des hypothèses possibles sur le contenu et le ton de l'article. Du coup, seule la lecture de l'article donnera les clés pour comprendre. D'ailleurs, le nom de la télé va être révélé dans le corps de l'article : d'où la valeur cataphorique du déterminant « la ». La présence de l'adjectif « rêvée » permet, par ailleurs, de colorer les propos de l'énonciateur. Il s'agit d'un état jugé à partir de l'intérieur. Pour formuler les choses autrement, tout se passe comme si le journaliste avait une sorte de faculté prédictive qui lui permet de se transporter dans l'univers psychique des salafistes dont il est question. Notons, pour conclure sur ce titre, que son rédacteur fait mention d'un chiffre en pourcentage (« 100 % »), non que

BDD-A28856 © 2018 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 16:02:05 UTC)

celui-ci désigne une réalité numérique, mais parce qu'il possède à juste titre une charge affective susceptible de capter l'attention du lecteur.

Dans la version arabe, le traducteur a opté pour une modulation par inversion du point de vue entraînant le recours à la personnification. En effet, afin de rendre l'information plus familière, on attribue à "التلفزيون" une manière d'être. C'est une façon pour le traducteur de magnifier la nouvelle. De la sorte, l'introduction de ce procédé donne à l'énoncé traduit un contenu hautement marqué sur le plan stylistique. En d'autres mots, le titre français apparaît comme un texte nettement moins créatif que son correspondant arabe. Il convient dans la suite de ne pas perdre de vue le passage d'une projection d'ordre abstrait (« la télé rêvée des salafistes ») à une imputation d'ordre concret (« يرتدي التلفزيون ثوب النقاب »). Par surcroît, l'explicitation [4] de l'allusion religieuse (« la télé des salafistes ») a impliqué le recours à une modulation métonymique (« قناة «ماريا» المصرية »). Aussi faut-il souligner le remplacement des deux points par une conjonction indiquant l'alternative. Tous ces choix conduiront à ajouter un effet de dramatisation notoire au propos. En définitive, nous pourrions bien dire que, contre la platitude, la plume du traducteur se sert d'un registre délibérément choisi visant à conférer de l'importance à un événement qui a, en principe, un caractère très banal.

2.4 Titre 4

Les nouveaux djihadistes	=>	الجهاديون الجدد
(*Le Monde*, 14 novembre 2012)		(*Al ittihad Al ichtiraki*, 15 novembre 2012)

Force est de le constater : la présence du déterminant « les » sous-entend l'idée d'une généralisation ; autrement dit, il revêt une valeur générique, qui ferme la porte à toute exception ; autrement dit encore, le verdict est valable pour tous. Il donne également à penser que les djihadistes en question sont supposés connus de l'ensemble du lectorat visé. Cela dit, il est difficile de croire que le journaliste n'a pas un parti pris. Son point de vue est ouvertement exprimé par l'emploi de l'adjectif « nouveaux », sinon nous sommes frappés par les connotations très négatives qui se rattachent habituellement au terme « djihadiste ». Au fait, il est plus souvent synonyme de terroriste.

Nous ne pouvons a priori manquer de constater que la brièveté du titre est restituée en arabe. Sur cette base, le traducteur a procédé à une traduction littérale. Le terme « الجهاديون » reçoit, là encore, une connotation négative.

[4] L'explicitation consiste à introduire dans le texte d'arrivée une indication qui est implicite dans le texte de départ, mais qui peut être perçue dans le contexte (Vinay et Darbelnet, 1977 : 9).

BDD-A28856 © 2018 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 16:02:05 UTC)

2.5 Titre 5

Alep, des milliers d'âmes en otages	=>	آلاف الأرواح رهينة في حلب
(*Libération*[5])		(*Al ittihad Al ichtiraki*, 22 novembre 2012)

La virgule marque, dans le cas du titre français, un apport d'informations supplémentaires mettant par conséquent l'élément locatif, « Alep », dans une position de topicalisation. L'appel à la sympathie du lecteur est assuré par l'emploi du terme « otages ».

La traduction arabe, pour sa part, présente des choix combinant un changement de ponctuation et un réaménagement syntaxique (postposition de l'élément locatif). Ces choix relèvent d'une volonté d'écriture plus simple et plus naturelle de la part du traducteur. Du reste, il faut souligner la restitution de l'élément locatif. Ce toponyme facilite la localisation spatiale de l'article.

2.6 Titre 6

Ben Laden, sa veuve Amal et leur déroutante cavale	=>	بن لادن، أرملته أمال وبعض تفاصيل حكاية حياتهما المثيرة
(*Libération*, 3 avril 2012)		(*Al ittihad Al ichtiraki*, 07 avril 2012)

Le titre rédigé en français, on le voit bien, exploite le procédé de l'énumération, dans l'objectif de frapper l'imagination du lecteur. En effet, la ponctuation (la virgule) ainsi que l'utilisation du mot de liaison « et » trahissent l'emploi de l'énumération. Celle-ci offre au journaliste la possibilité de juxtaposer les principaux éléments de la nouvelle. Dans ce cas précis, le rédacteur semble davantage avoir été guidé par le souci du détail. Pourtant, il ne s'en tient pas à une information strictement factuelle. Ainsi, le recours aux termes « déroutante » et « cavale », choisis surtout pour leur charge émotionnelle, laisse filtrer une prise de position de l'énonciateur. À tout prendre, il s'agit d'un titre subjectif.

Pour ce qui est du titre arabe, nous constatons que la traduction suit de près la structure de l'énoncé de départ. Il n'empêche que deux procédés soient à l'œuvre. Partant, le traducteur a opté alors pour une modulation impliquant une variation dans le message, obtenue en changeant de point de vue :

leur déroutante cavale	=>	بعض تفاصيل حكاية حياتهما المثيرة

5 http://www.liberation.fr/planete/2012/11/16/alep-des-milliers-d-ames-en-otages_861010, consulté le 15/02/2017.

BDD-A28856 © 2018 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 16:02:05 UTC)

Soit dit en passant, le terme « حياة », du point de vue sémantique, reste plus général en regard de son correspondant français « cavale ». Ce choix de traduction, impliquant une perte d'intensité, laisse paraître moins un parti pris. Autrement dit, nous retrouvons là un point de vue plus nuancé, qui donne une impression de détachement, contrairement à l'engagement observé dans le titre original. Plus encore, la charge émotionnelle du titre de départ se trouve réduite. De cette sorte, l'information est exposée d'une manière plus neutre. Mais, pour compenser cette volonté de neutraliser, le segment d'arrivée emploie l'adjectif « المثيرة ». À cela vient s'ajouter un autre procédé, à savoir l'étoffement, et ce afin d'expliciter ce qui est sous-entendu.

2.7 Titre 7

Éloge des amitiés numériques	في مدح الصداقات الرقمية
(*Le Monde*, 10 novembre 2011)	(*Al khabar*, 12-13 novembre 2011)

À la lecture du titre en français, ce qu'il importe de voir, c'est d'abord et avant tout le choix d'un lexique fortement marqué affectivement, et notamment le mot clé « Éloge ». Ce type de choix, visant à établir une certaine complicité avec le lecteur, laisse à penser que l'énonciateur porte un jugement de valeur favorable sur les amitiés numériques ; c'est-à-dire qu'elles sont perçues sur un mode positif. Ce faisant, il n'hésite pas à mettre sa touche personnelle au cœur de l'information. Ces indications laissent présager une fonction essentiellement émotionnelle. Par ailleurs, l'omission du déterminant devant « Éloge » contribue à accentuer la mise en relief du substantif. Sur un autre plan, l'ajout du terme « numériques » pour qualifier le substantif « amitiés » ne peut que restreindre l'horizon d'attente du lecteur présumé. En effet, celui-ci, nourri d'une culture relative aux technologies informatiques, en particulier Internet, comprendra que le titre fait référence aux relations interpersonnelles s'établissant virtuellement, dans le cyberespace.

Dans la version arabe, le traducteur a proposé une traduction littérale avec toutefois le recours à l'étoffement par le biais de la préposition « في », entendue ici dans le sens de « au sujet de » ou « concernant ».

3. Discussion

L'analyse contrastive de ces titres fait apparaître un éventail de stratégies dans le passage du français à l'arabe, qui peuvent s'inscrire dans deux tendances majeures : d'une part, la traduction littérale ou presque littérale, et d'une autre part, la traduction non littérale.

Au-delà du fait que pour certains, la traduction littérale d'un titre peut s'avérer être un terrain glissant pour le traducteur désireux de respecter les intentions de l'auteur, nous avons constaté que la traduction littérale constitue la modalité la plus fréquente dans bon nombre de cas des titres analysés.

BDD-A28856 © 2018 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 16:02:05 UTC)

Dans le même ordre de préoccupations, nous avons relevé des cas de figure où la traduction s'effectue presque littéralement. Autrement dit, le changement par rapport au titre français n'intervient qu'au niveau d'un élément précis, en recourant, entre autres, à l'étoffement ou au réaménagement syntaxique.

À ce stade, nous pourrons dire que les traductions littérales ou presque peuvent constituer des solutions de traduction. Comme le précise Guidère dans son *Introduction à la traductologie* (2008 : 98), il s'agit d'une stratégie « sourcière » qui vise à conforter les normes et les valeurs dominantes dans le texte de départ. Pourtant, ces traductions peuvent induire le traducteur en erreur ; ce qui donne lieu à des contresens. C'est le cas notamment lorsqu'un énoncé se prête à plus d'une interprétation ; plusieurs traductions littérales sont alors possibles. Partant, le contresens consiste à faire le mauvais choix en retenant la forme de traduction qui n'est pas conforme au contexte de l'énoncé dont il est question. Nous donnons, à titre indicatif, un exemple de ce cas de figure, tiré du *Monde Diplomatique* (mars 2010), ainsi que sa traduction vers l'arabe, parue dans l'édition arabe de ce même journal :

Coup d'État rampant au Paraguay => انقلابٌ زاحفٌ في الباراغواي

Sémantiquement et contextuellement le choix du terme « زاحف » pour rendre l'adjectif « rampant » n'est pas opportun. En effet, si la langue française admet l'expression « coup d'État rampant » ; en revanche, l'expression équivalente proposée par le traducteur, en l'occurrence انقلابٌ زاحفٌ, semble inadaptée à un usage arabe. L'adjectif rampant est employé dans le cas présent pour évoquer le fait que le coup d'État se prépare de manière subreptice et discrète. Étant donné que le coup d'État ne s'opère pas par la force des armes, nous pourrions en lieu et place suggérer une autre expression, à savoir انقلابٌ أبيض, que nous retrouvons d'ailleurs plus souvent dans certains écrits journalistiques.

À côté de ces solutions littérales, nous trouvons également des cas de figure où la traduction s'effectue de manière non littérale. Ceux-ci sont particulièrement intéressants dans la mesure où ils permettent de définir les implications des choix du traducteur dans la production du texte d'arrivée. Certes, le degré d'intervention du traducteur y est plus élevé que dans les solutions littérales et cela a un impact autant sur le point de vue du nouveau texte que sur l'effet engendré.

Conclusion

En substance, nous pourrons dire que les résultats de cette analyse, centrée sur les stratégies mises en application pour traduire les titres journalistiques et les effets créés chez le lecteur de ces titres, ont révélé un ensemble de modalités de traduction qui se situent sur une échelle graduelle

BDD-A28856 © 2018 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 16:02:05 UTC)

incluant des solutions littérales et non littérales. Il faut toutefois garder à l'esprit que le choix judicieux d'un titre traduit met le traducteur face aux mêmes tensions que le choix d'un titre original avec cette particularité qu'il existe une tension supplémentaire entre le système linguistique et discursif de la langue de départ et celui de la langue d'arrivée. De surcroît, et c'est un point crucial, le lecteur arabophone ne répond pas aux mêmes caractéristiques socioculturelles qu'on attend du lecteur initialement ciblé.

Bibliographie :

Agnès, Yves et Croissandeau, Jean-Michel (1979) : *Lire le Journal*, Paris, Ed. F. P. Lobies.

Charaudeau, Patrick (1983) : *Langage et discours, Eléments de sémiolinguistique (Théorie et pratique)*, Paris, Edition Hachette.

Charaudeau, Patrick (2006) : « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives », *Semen*, 22, Énonciation et responsabilité dans les médias, p. 29-43.

Charron, Jean et Jacob, Loïc (1999) : *Énonciation journalistique et subjectivité. Les marques du changement*, Les Études de communication publique, n° 14, Québec, Université Laval.

Chartier, Delphine (2000) : *La Traduction journalistique anglais-français*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.

Chuquet, Hélène et Paillard, Michel (1987) : *Approche linguistique des problèmes de traduction anglais-français*, Paris, Éditions Ophrys.

Demers, Ginette (1994) : « Actualité internationale : les titres de presse en anglais et en français », *Meta*, vol. 39, n° 3, p. 520-529.

Gergely, Thomas (2008) : *Information et Persuasion. Ecrire*. 3e éd. Bruxelles, Éditions De Boeck.

Grevisse, Benoît (2008) : *Écritures journalistiques. Stratégies rédactionnelles, multimédia et journalisme narratif*, Bruxelles, Éditions De Boeck.

Guidère, Mathieu (2008) : *Introduction à la traductologie*, Bruxelles/Paris, Éditions De Boeck.

Marnette, Sophie (2004), « L'effacement énonciatif dans la presse contemporaine », *Langages*, n° 156, p. 51-64.

Vinay, Jean-Paul et Darbelnet, Jean (1977) : *Stylistique comparée du français et de l'anglais. Méthode de Traduction*. 9e éd. Paris, Didier.

BDD-A28856 © 2018 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-11-01 16:02:05 UTC)