

# Adaptation médiévale et modèles de communication. L'exemple du roman d'antiquité

Le lecteur trouvera ici une première approche, partielle, d'un travail d'ensemble consacré aux systèmes d'information et de communication — du moins à ce qui en tient lieu — à l'époque médiévale. On traitera de la traduction et de l'adaptation comme phénomènes d'information et de communication (et non comme phénomènes littéraires).

Serge Lusignan s'appuie sur les travaux de l'historiographie récente pour affirmer, contre les opinions triviales, que « la mobilité constitue assurément d'un des caractères définitoires de la civilisation du moyen âge occidental ». Or, ajoute-t-il,

cette mobilité caractérise aussi la vie intellectuelle médiévale (...). La traduction permet le déplacement horizontal des textes dans l'espace-temps ; et tout autant (...) peut-elle assurer leur mobilité en quelque sorte verticale au sein de la diglossie médiévale entre la langue savante et la langue vernaculaire<sup>1</sup>.

1 — S. Lusignan, « La topique de la *translatio studii* et les traductions françaises de textes savants au XIV<sup>e</sup> s. », dans *Traduction et traducteurs au Moyen Age* (Paris, CNRS, 1989), p. 303.

La mobilité est une constituante élémentaire de la communication. Toutes les technologies de la communication développées au XIX<sup>e</sup> et au XX<sup>e</sup> siècle ont cherché à accroître la mobilité de l'information pour améliorer les systèmes. Mais la mobilité ne concerne pas uniquement les transmissions, elle affecte aussi, comme le laisse entendre Lusignan, la plastique des énoncés et de leurs contenus. Ainsi, pour prendre un exemple sommaire, le *miles* et l'*equus* antiques se fondent et se métamorphosent en *chevalier*.

Si d'une part la mobilité est une modalité fondatrice de l'acte de communication, et si d'autre part traduction et adaptation assurent l'existence de phénomènes de mobilité en animant les relations entre mondes culturels différents, on peut s'estimer autorisé à penser l'acte de traduire et celui d'adapter en termes d'information et de communication.

### Précautions d'emploi...

Il faut bien convenir, cependant, que la pertinence du sujet reste discutable, fragile même.

1. D'abord parce que le domaine d'application évoqué ici présente deux limites à tout entreprendre de systématisation : son hétérogénéité et sa « marginalité ». **Hétérogénéité** car l'activité médiévale de traduction recouvre des pratiques qui vont du simple « transcodage » des textes sacrés jusqu'à l'adaptation, plus ou moins libre, mise en œuvre par les romans antiques, sans oublier les adaptations d'une langue vernaculaire à une autre (Hartmann von Aue et Chrétien de Troyes, Henric van Vedleke et l'*Enéas*, etc...). Chaque message appellera son approche particulière<sup>2</sup>. **Marginalité**, comme le souligne Maurice Pergnier dans son introduction au colloque CNRS/IRHT de 1986 *Traduction et traducteurs au moyen âge* :

2 — Il est déjà possible d'affirmer que le traité philosophique est plutôt *informationnel* et la chanson de geste, le roman ou la pièce lyrique plutôt *communicationnels*, si du moins l'on prend en compte l'opposition établie par Daniel Bounoux (*La communication par la bande*, Paris, La Découverte, 1991 ; voir notamment dans le chap. 4, « Indices, icônes, symboles » les développements intitulés *Progression culturelle et régression esthétique* et *La communication individuelle*). Mais ceci est un autre sujet, qui appelle des développements particuliers.

Si la traduction biblique et la traduction littéraire ne sont pas signifiantes de l'ensemble des traductions qui s'opèrent et se sont opérées de par le monde, elles ne sont pas davantage exemplaires de l'activité de traduction. Ces deux types de traduction sont au contraire des cas particuliers et « limites » de l'activité traduisante (...)»<sup>3</sup>.

2. Ensuite par le statut et les caractères culturels de l'objet dont nous parlons. Les différences entre moyen âge et modernité sont bien connues. Citons seulement K. Halasz, qui, à la suite de P. Zumthor, écrit : « Les termes tels que *lecture, auteur, œuvre* recouvrent, dans le contexte médiéval, une réalité tout autre que dans celui de la modernité... »<sup>4</sup>.

3. Enfin et principalement par la nature et le champ d'application des modèles informationnels. Les théories de l'information et de la communication qui ont produit ces modèles s'appliquent, pour l'essentiel, aux médias de masse. A une réalité très étrangère au moyen âge, qu'il s'agisse du support, du mode et du temps de diffusion, sans oublier la nature du récepteur. Le livre médiéval, objet artisanal et unique, objet sans état-civil, chemine lentement pour un public restreint qui en prend connaissance par l'intermédiaire du clerc lisant ou du jongleur. Seules les œuvres littéraires diffusées en public (chanson de geste; drame liturgique) sur les parvis, sur les places ou aux carrefours touchaient un public relativement étendu, mais toujours de proximité, donc limité.

En d'autres termes, les théories de l'information et de la communication concernent l'information et la communication. Or celles-ci, comme le montre l'ouvrage d'Armand Mattelart<sup>5</sup>, ne sont inventées qu'aux XVII<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècles. Quant aux théorisations, aux modélisations des pratiques et techniques, L. Sfez tient à souligner l'évidence : « Les sciences de la communication se déplacent et œuvrent dans la sphère technologique »<sup>6</sup>. Sphère inexistante, bien sûr, avant l'imprimerie. Peut-on appliquer un outil scientifique à un objet étranger au champ d'application naturel de cet outil ? A priori non. Mais quand même...

3 — M. Pergnier, « Existe-t-il une science de la traduction ? », dans *Traduction et traducteurs...*, *op. cit.*, p. XV.

4 — K. Halasz, *Images d'auteur dans le roman médiéval (XII<sup>e</sup>-XIII<sup>e</sup> s.)*, Debrecen, KLT, 1992, p. 4.

5 — A. Mattelart, *L'invention de la communication*, Paris, La Découverte, 1994.

6 — L. Sfez, *Critique de la communication*, 2<sup>e</sup> éd. rev., Paris, Seuil, 1991, p. 15.

Risquons donc une expérience de contact entre pratiques médiévales et recherches de la modernité — en ce qui constitue l'une des principales composantes de la modernité, l'information et la communication et les recherches dont elles font l'objet. Il va de soi que cette contribution ne cherchera pas à fournir des analyses complètes et définitives, mais seulement à situer les données du problème, et surtout à en montrer les enjeux en les illustrant par quelques points de repère.

### Sélection du modèle

La première étape du raisonnement consiste à identifier le modèle théorique capable de permettre une meilleure connaissance des phénomènes médiévaux de traduction et d'adaptation.

Les théories de l'information et de la communication ont commencé à voir le jour dans les années qui ont précédé la seconde guerre mondiale puis n'ont cessé de se développer et de se diversifier. Les premiers modèles sont, il faut le souligner, le fait des ingénieurs<sup>7</sup>, d'abord américains : ils proviennent de la volonté d'augmenter le rendement des systèmes de transmission en réduisant le « bruit » (interférences, parasites) qui affectaient le transport des messages sur de très longues distances. C'est ainsi qu'est né le célèbre modèle ternaire *émetteur — canal — récepteur*, modèle de base tellement naturel dans notre paysage intellectuel que nous avons oublié qui l'a mis au point : « les gens du téléphone ».

Ce modèle relève de la métaphore de la machine — d'où sa dénomination de « modèle mécaniste » — ou de la « boule de billard » (Sfez). Il est sous-tendu par une philosophie moniste où le sujet (l'émetteur) est tout. Récupéré par les sciences humaines (Jakobson)<sup>8</sup>, il sert de substrat implicite aux premiers travaux de l'école empirique américaine, notamment dans ses efforts pour mesurer les effets à court terme des messages.

La perception de ses limites techniques a conduit la recherche à développer de nouveaux systèmes. Émergeant sous l'influence de la psychologie et de la biologie, ils restreignent la place

7 — Remarquable historique dans R. Escarpit, *L'information et la communication, théorie générale*, 2<sup>e</sup> éd., Paris, Hachette, 1991, chap. 2 : « Le temps des ingénieurs ».

8 — Sur l'utilisation de ce modèle par la linguistique, voir l'exposé très complet de Chr. Baylon et X. Mignot, *La communication*, Paris, Nathan, 1991.

jusque-là quasi divine du sujet, quand ils ne la font pas disparaître : l'opposition s'estompe entre d'une part l'émetteur-sujet-actif et d'autre part le récepteur objet (cible)- passif. Le véritable sujet devient l'interaction, et la métaphore utilisable est celle de l'« organisme ». Ces systèmes sont utilisés, eux aussi, pour penser les media de masse.

Il semble, pour l'instant, que seul le modèle de base, mécaniste, convienne à notre propos. Tous les autres reposent sur l'observation *in vivo* de la société de communication et prennent en compte la nature de l'audience ; les effets cognitifs, affectifs, comportementaux, autrement dit la perception du public sont observables, mesurables et quantifiables grâce à un arsenal d'instruments élaborés depuis la dernière guerre mondiale et sans cesse perfectionnés<sup>9</sup> avec l'appui des neurosciences.

Quant à la mesure de l'efficacité à court terme, prise en compte par la plupart des modèles, elle est pratiquement invérifiable. Seule la notoriété peut être approximativement connue par le nombre des manuscrits, le nombre et la qualité des mises en prose pour les textes versifiés, le nombre des citations et des « plagiat » explicites ou manifestes, la présence de transpositions ou de correspondances iconographiques, la diffusion des noms propres. La compréhension et la rétention du contenu des messages peuvent être, à la rigueur, abordées par l'examen des variantes, transpositions et adaptations, la diffusion des noms propres et par d'exceptionnels faits historiques : la *Chanson de Roland* déclamée au plus fort de la bataille d'Hastings pour survolter les combattants normands, ou le départ en aventures chevaleresques d'Ulrich von Liechtenstein (1240)<sup>10</sup>. Mais enfin, nous sommes dans un autre monde.

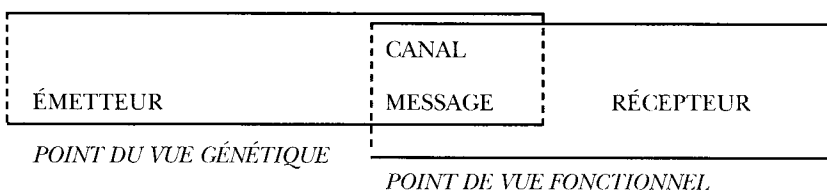
9 — Voir, par exemple et parmi de nombreux travaux : — J.-L. Moulins et Elyette Roux, « Bouche à oreille et publicité média », A. Morgensztern, « Une synthèse des travaux sur la mémorisation des messages publicitaires », J.-N. Kapferer, « Comprendre le processus de choix des consommateurs pour mieux l'influencer », dans *La publicité, nerf de la communication*, Paris, Editions d'Organisation, 1983. — J.-N. Kapferer et G. Laurent, *La Sensibilité aux marques*, Paris, Editions d'Organisation, 1992, bon exemple de métrologie appliquée à la sensibilité d'un public donné, de même que M.-C. Vettraino-Soulard, « Mémorisation des spots publicitaires télévisés », dans *Le téléspectateur face à la publicité. L'œil - l'oreille - le cerveau* (Paris, Nathan, 1989), 71 ss. : voir notamment les tableaux présentant « les relations entre résultats et appartenance socio-professionnelle ».

10 — Sur l'imitation des personnages arthuriens dans la réalité quotidienne, voir l'inventaire de M. Stanesco, « Sous le masque de Lancelot : du comportement romanesque au moyen âge », dans *Actes du 14<sup>e</sup> Congrès International Arthurien* (Rennes, Pr.

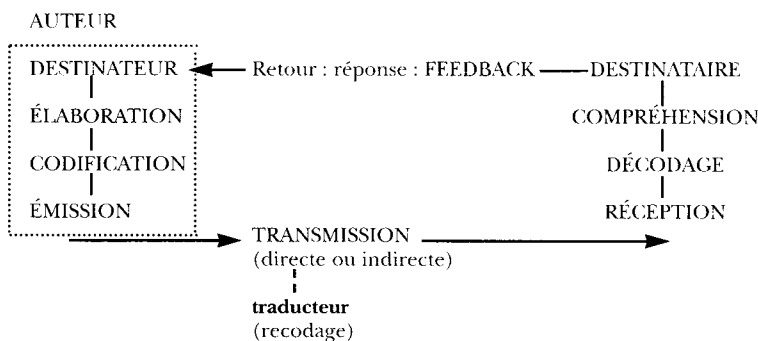
## Application du modèle mécaniste : de la traduction à l'adaptation

Rappel : appliqué au phénomène littéraire, le schéma de base se répartit en deux grands ensembles : l'ensemble génétique et l'ensemble fonctionnel. Nous nous penchons ici principalement sur le premier, sans ignorer l'interdépendance de chacun.

### Le schéma du phénomène littéraire d'après Jakobson :



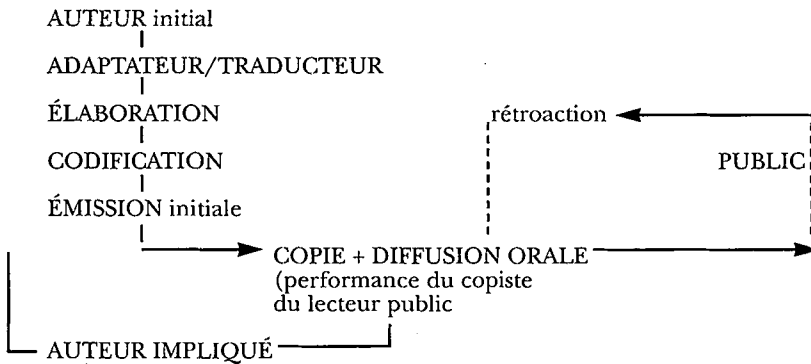
### Le schéma mécaniste appliqué à la traduction moderne :



La traduction fait partie du processus de transmission. Le traducteur fait partie du médium (c'est-à-dire du moyen de communication pris dans sa totalité). Il se trouve confiné dans la fonction d'instrument de l'auteur, qui est le décideur. La traduction est source de perturbations qui portent atteinte à l'intégrité du message initial : elle est source de bruit. Sa qualité se mesure à sa capacité de « faire que ce qui était énoncé dans une langue le soit dans une autre, en tendant à l'équivalence sémantique et expressive des deux énoncés » (*Petit Robert*).

Univers., 1984), II, 569 ss. — Il n'est pas non plus entièrement impossible de mesurer l'effet de rétro-action : voir Fr. Wolfzettel, « Idéologie chevaleresque et conception féodale dans *Durmart le Galois* : l'altération du schéma arthurien sous l'impact de la réalité politique du XIII<sup>e</sup> siècle », *ibid.*, 668 ss.

Il en va tout différemment dans le monde médiéval, avant la double et conjointe invention du terme de « traduction » et de l'imprimerie.



Ici les différents facteurs du schéma apparaissent moins différenciés, et donc moins identifiables. L'auteur-source, Virgile si l'on veut, voit son rôle limité à une prise de participation dans ce que l'on a pu désigner comme l'« auteur impliqué ». A quelque distance, le groupe copiste-lecteur public (le clerc lisant, la *damoisele* devant une partie de la *maisnie*, le jongleur). C'est entre le grand Ancien et l'acteur de la lecture que vient prendre place le « traducteur ». Résistons à la tentation de développer toute analogie entre cette trinité, qui définit l'auteur de romans antiques, et la Sainte Trinité où le Père est la source originelle de tout message, le Fils celui qui exprime le message, et le Saint Esprit celui qui « anime » la circulation du message.

Au « traducteur » revient un travail de décodage puis de recodage du texte. Cette opération met en œuvre un *répertoire* commun au traducteur et à son public, un « champ référentiel par lequel la lisibilité d'un ouvrage de fiction est assurée »<sup>11</sup>.

Les traducteurs des romans antiques ont donc procédé à un important effort de conversion, qui a concerné notamment les dénominations des personnages, les différents éléments au décor matériel, les structures sociales et l'environnement spirituel. Cet

11 — K. Halasz, *op. cit.*, p. 7. Cette définition se situe, évidemment, dans la droite ligne d'U. Eco, *Lector in fabula, Le rôle du lecteur ou la Coopération interprétative dans les textes narratifs*, trad. tr., Paris, Grasset, 1985 ; cf. le chap., « Texte et encyclopédie ».

effort de conversion est un effort de communication. Communication active et militante, qui transgresse les limites aujourd'hui imposées à la traduction telle que définie *supra*, et dont R. Dragonetti peut écrire :

Les scribes du m.â. concevaient le travail de l'écriture comme une activité transférentielle qu'ils appelaient non pas « traduction » mais « translation », ce qui signifiait en règle générale non pas traduire au sens moderne du mot, mais adapter, réécrire le modèle selon une libre invention tropologique (...)<sup>12</sup>.

Pour qualifier le travail du « traducteur », c'est donc à la définition de l'adaptation que nous aurons recours, toujours selon la même source humble mais efficace (*Petit Robert*) :

*Adapter* : réunir, appliquer après ajustement, d'où, au sens figuré, approprier, mettre en harmonie avec.

Adaptation et communication, c'est tout un, le degré d'adaptation définissant l'effort communicationnel du traducteur-recréateur. Et réciproquement.

Tel qu'il vient d'être défini, l'effort de communication appelle tout naturellement la métaphore biologique<sup>13</sup>. L'adaptation est acclimatation, « modification d'un organisme vivant selon le milieu, la situation »<sup>14</sup>. Les facteurs génétiques du schéma initial comportent donc, dans le cas du roman antique, une forte dynamique « bio » qui gauchit la représentation mécanisante du système. Au vrai, derrière tout cela, il y a un **projet vital**, qui dépasse les goûts et même l'existence personnelle de l'adaptateur. Qui concerne les valeurs de la société que composent les « usagers » du roman antique : l'examen de la génétique du message nous conduit logiquement à l'examen de sa fonction.

12 — R. Dragonetti, « Propos sur la traduction » dans *Hommage à Jean Dufournet* (Paris, Champion, 1993), 1, p. 434.

13 — Sur l'utilisation de la métaphore comme instrument d'investigation dans le domaine de la communication, voir L. Sfez, *op. cit.*, « Métaphores... », p. 38-40, « ...et visions du monde », p. 41-43.

14 — A. Rey, *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Dict. « Le Robert », 1992.



## Du génétique au fonctionnel

Un détour, pour commencer, du côté de l'épopée. D. Poirion définit l'esthétique de la chanson de geste comme « une esthétique de la participation » qui entérine un processus particulier de « communication épique »<sup>15</sup>. Nous résumons ce processus et nous représentons sa fonction dans le schéma suivant, car il nous semble applicable à la fiction romanesque en général, et au roman antique en particulier :

techniques → *plaisir du texte* → *rassemblement dans la performance* →  
**adaptation = communication = tactique manipulatoire**

*rassemblement dans les valeurs*      → *conservationem totius civitatis*  
**projet stratégique d'édification**      **objectif politique**

L'adaptation se situe à l'origine d'une chaîne de communication dont l'objectif et l'effet terminaux sont au minimum un projet d'édification. Sa responsabilité immédiate : provoquer ce qui est la condition nécessaire à l'accomplissement du projet, le plaisir du texte.

Si l'on accordera à R. Dragonetti que « le but principal » des traducteurs et des adaptateurs « était de faire valoir les possibilités expressives et jouissives de la langue vulgaire dans le domaine de l'art littéraire »<sup>16</sup>, on affirmera également que le plaisir du texte est finalisé. A. Petit en a donné la preuve en étudiant l'anachronisme dans les romans antiques. L'adaptation, instrument d'identité psycho-sociale construit sur l'*interpretatio christiana*, répond aux

exigences nouvelles d'un public de barons qui avait atteint pour ainsi dire l'âge adulte, et acquis grâce à la création de centres de rayonnement de la civilisation courtoise, la conscience de son autonomie intellectuelle, morale et esthétique, en un mot son individualité de classe<sup>17</sup>.

15 — D. Poirion, *Précis de littérature française du moyen âge*, Paris, PUF, 1983, p. 60-62.

16 — R. Dragonetti, art. cit., p. 435.

17 — A. Petit, *L'anachronisme dans les romans antiques du XII<sup>e</sup> s.*, Lille III, 1985, p. 23.

A la jonction du génétique et du fonctionnel, se trouve donc le plaisir du texte, à la fois objectif primaire, instrument, et enjeu de la communication romanesque — par opposition à la communication doctrinale, théologique ou morale. En d'autres termes, le plaisir du texte « mesurait » l'efficacité du message et, partant, celle de l'effort de translation.

## L'efficacité fonctionnelle

Si nous ne pouvons pas, pour des raisons évidentes, décrire et évaluer directement cette jouissance du texte — pas de possibilité de sondage chez l'usager ! — nous constatons que l'adaptation des œuvres latines antiques réunit au moins trois des six critères de l'efficacité tels que les a définis l'école des empiristes et behavioristes américains (Lazarsfeld, Katz, Hovland). Je les présente ici d'après Ph. Breton et Serge Proulx<sup>18</sup>.

— **Le prestige de l'émetteur — et l'évaluation subjective que le récepteur peut en faire — influe de manière déterminante sur l'efficacité de la communication.** En ce qui concerne le roman antique, l'émetteur est connu du public. Il suffit de parcourir les *Lectures médiévales de Virgile*<sup>19</sup>, pour, page après page, mesurer son prestige. Virgile, mais aussi Darès le Phrygien ou l'un des ces géants sur les épaules desquels sont juchés les nains de l'actualité médiévale et qui pourtant jouissent eux aussi de la considération attachée à la fonction sacrée de clerc.

— **Un message est efficace dans la mesure où il renforce des attitudes et opinions déjà existantes.** Tel est bien le cas du roman antique. Les travaux d'A. Petit montrent avec précision comment sont concernées et sollicitées toutes les composantes culturelles de la société des « barons »<sup>20</sup>. Comment aussi, inversement, les

18 — Ph. Breton et S. Proulx, *op. cit.*, p. 150. Autres constats : « Si un émetteur spécifique possède le monopole des sources de diffusion, cela tend à favoriser l'efficacité de la communication » ; — « la sélection et l'interprétation par les récepteurs du contenu des messages diffusés sont fonction de leurs opinions d'intérêts » ; — « le réseau de relations interpersonnelles du récepteur influence l'efficacité de la communication ».

19 — *Lectures médiévales de Virgile*, Rome, École française, 1985.

20 — Cf. la citation signalée *supra*, citation qui pourrait être placée sous le patronage de Nietzsche : « conquérir, c'est traduire » (*Le gai savoir*).

romans antiques proposent au lecteur un reflet de son propre univers<sup>21</sup>.

— **La non-familiarité d'un public avec le contenu diffusé peut favoriser l'efficacité de la communication.** Pour passer la matière de Rome au crible de d'adaptation et de la relecture chrétienne, nos romans antiques n'en présentent pas moins un fort coefficient d'exotisme qui produit l'effet de « non-familiarité » : noms de personnages, descriptions de sites, *mirabilia* prêtées à cette époque rêvée.

### L'anachronisme, contrat de communication

Un procédé de translation synthétise, à l'évidence, les deux exigences de conformité et d'exotisme : l'anachronisme, par lequel l'adaptateur, étendant son action bien au delà du simple codage linguistique, intervient massivement sur l'ensemble des codes de civilisation. Avec l'anachronisme,

il s'agit (...) non de fautes désinvoltes ou totalement inconscientes contre la vérité historique, mais d'essais plus ou moins habiles de transposition effectués consciemment, témoignant d'un effort qui cherche à établir des équivalences symboliques d'une époque et d'une civilisation à une autre<sup>22</sup>.

21 — Confirmation et précisions avec M.-C. Vettraino-Soulard dans son étude sur l'efficacité du message publicitaire télévisé (art. cit., p. 91) : « il existe une corrélation étroite entre la mémorisation et [a] concernant le spectateur, le style de vie (lié à la catégorie socio-professionnelle de l'individu enquêté) ; [b] concernant l'objet en promotion, le rapport entre le produit, son utilisation et les préoccupations du téléspectateur ». Corrélation transposable à l'objet de notre propos. L'hétérogénéité entre les deux types de message ainsi comparés (spot publicitaire/roman d'Antiquité) est moins flagrante qu'on pourrait le croire ; on constate au moins deux analogies majeures, l'une génétique, l'autre fonctionnelle : message publicitaire et roman mettent en scène des représentations de l'idéal (ce en quoi le roman du XII<sup>e</sup> s. se différencie du roman moderne qui, depuis Flaubert, tend à désenchanter le monde) ; quant à l'usager, moderne et médiéval, il « achète » de l'identité affective, sociale ou éthique en « consommant » un message ou il perçoit sa propre image mise en scène et idéalisée.

22 — A. Petit, *op. cit.*, p. 261.

Ces équivalences sont des court-circuits qui « suppriment toute distance entre le passé et le présent tout en sauvegardant un effet d'éloignement dont la dimension signifiante constitue l'actualité du récit »<sup>23</sup>. Elles procèdent d'une phase de « négociation sémantique » intense entre l'émetteur (le texte latin) et le scribe, premier récepteur (le public étant le second), « considéré comme actif dans le processus de production du sens ». L'analyse consacrée par A. Petit au cas du prêtre-devin Amphiaraüs met précisément en lumière la négociation, le « partenariat » de l'adaptateur et la signature de ce contrat anachronistique<sup>24</sup> d'où naissait le plaisir du texte.

L'anachronisme résulte d'un effort de mise en phase, ou de syntonisation entre les « compétences culturelles et idéologiques » du texte latin et celles du public au XII<sup>e</sup> s. Il doit être considéré comme exemplaire des opérations mentales mises en œuvre dans la traduction médiévale. Exemplaire, par le fait même, d'une culture profane qui, partagée entre sa « fascination pour les grands anciens qui ont tout inventé »<sup>25</sup> et les tendances à l'autonomie bien naturelles dans une société en pleine affirmation de soi, parvient à se construire en installant des modes de communication décomplexés avec l'autorité magistrale (l'Ancien, son Livre). Et notre modèle mécaniste d'y rencontrer ses limites.

## Conclusion

Rétrospectivement, et en nous replaçant dans l'histoire des théories de la communication, nous constatons que les évolutions — tardives parce que longtemps réticentes — vers la prise en compte du récepteur trouvent un archéo-exemplaire dans le phénomène de l'anachronisme littéraire. Bien sûr, il ne s'agit pas du grand public. Bien sûr il s'agit d'un intermédiaire, d'un récepteur privilégié, d'un « leader d'opinion », si je peux me permettre cet anachronisme... Reste que ce phénomène littéraire illustre

23 — R. Dragonetti, *art. cit.*, p. 415.

24 — A. Petit, *op. cit.*, p. 249-257.

25 — J.-Y. Tilliette, « Introduction » aux Lectures médiévales de Virgile, *op. cit.*, p. 6.

le rôle actif primordial des individus dans la manière de construire leurs perceptions du contexte culturel, de faire signifier spécifiquement les messages culturels avec lesquels ils entrent en contact<sup>26</sup>.

Il faut se représenter la société médiévale — pour ne parler que des milieux littéraires, auteurs et publics — comme un monde à très faible flux d'informations, mais intensément communicationnel<sup>27</sup>. Dans cet univers culturel, marqué par la formidable absence de l'imprimerie, l'entropie des messages atteignait des seuils intolérables pour notre société informationnelle. Bête noire des techniciens et exploitants obsédés par la fiabilité et le rendement des systèmes — donc par la fidélité dans la transmission des messages, le médium eût-il à inclure un traducteur — on la pourchasse ; et les traducteurs sont surveillés. L'entropie médiévale, elle, est productive. Elle engendre, par l'adaptation, le roman.

Gérard CHANDÈS  
*Université de Limoges*

26 — Ph. Breton -S. Proulx, *op. cit.*, p. 170 (chap. 11, « Des alternatives pour penser les médias — la dimension symbolique »).

27 — Comme le montrent, par ailleurs, toutes les études sur l'émotivité médiévale.