

LA DÉNOMINATION NON CONVENTIONNELLE DANS LA PRESSE. PRÉCISIONS TRADUCTIVES

GEORGETA RUS

Université de l'Ouest, Timișoara, Roumanie

Unconventional names in the media. Translation remarks

Abstract: An important aspect that this paper aims at analyzing is the place of names in the media, in order to detect the ability to translate names with reference to French and Romanian. The approach from the perspective of translation studies focuses on hybrid forms of naming to express the source message with the means of the target language.

Keywords: translation practices, anthroponymic structures, unconventionality.

1. Introduction

L'intérêt d'une étude sur le nom propre se justifie tout d'abord par une préoccupation accrue, spécifique à la société d'aujourd'hui, pour la (dé)nomination à tous les niveaux de la vie publique et privée. De nos jours, le nom propre est devenu un phénomène social à implications profondément humaines et culturelles, ce qui a pour conséquence un décalage entre l'usage et le non-usage des règles dénominatives généralement reconnues et pratiquées. Dans ce contexte, si on attribue au nom propre la qualité d'unité dénominative, on reconnaît de manière implicite l'acte de nomination qui a été établi entre l'entité dénommée et le nom.

Parmi les catégories du nom propre, l'anthroponyme est définitoire pour la notion d'identité personnelle. On peut même affirmer que c'est l'élément le plus stable de l'identité d'un individu (Neethling 2011: 78), puisqu'il offre des informations relatives au profil psychosocial de son héritage culturel:

le nom porté par un individu est déterminé par les facteurs psychologiques impliqués dans l'acte de la nomination (la configuration psychologique de ceux qui attribuent le nom), ainsi que de l'appartenance de l'individu à un certain cadre historique/à une zone géographique/à une certaine classe sociale/à une confession, etc.¹ (Manu Magda 2011: 504).

La présente étude, abordant les problèmes de la traduction des anthroponymes, se situe au carrefour de plusieurs approches théoriques et pratiques que nous avons ici l'occasion d'approfondir. Du côté théorique, il s'agit avant tout d'une réflexion

¹ Notre traduction.

sur la traduction, vue comme un processus interprétatif ou le traducteur vise à produire un double textuel, discursif de l'original, tout en tenant compte du type du texte (satirique-humoristique). Porter son attention sur le passage d'une langue à une autre amène nécessairement à privilégier les formes de l'humour et de l'ironie, pour s'interroger sur leur traduisibilité. La question de la traduction interroge, en outre, le statut de l'humour et de l'ironie, qui semble toujours osciller entre valeur universelle et spécificité régionale.

Les subtilités linguistiques et les inventions langagières sur lesquels repose l'écriture satirique invitent à considérer sous un jour particulier les enjeux généraux de la traduction. Ainsi, l'existence des anthroponymes utilisés réside sur leur fonctionnement, leurs présupposés, leurs éléments définitoires et la manière dont ils jouent nécessairement ensemble afin de produire un effet sur le lecteur.

2. L'espace public et les médias

2.1. Définition de l'espace public

L'espace public se présente sous la forme d'un espace de communion, une expression de la société dans laquelle nous vivons, régissant tout un ensemble d'interactions humaines. Terrain fécond du point de vue interrelationnel, il représente la scène sur laquelle s'exposent des personnalités publiques, où d'une part on exprime des idées, des jugements et des comportements, et d'autre part où elle témoigne des activités de type rituel, sociopolitiques, culturelles, etc. L'espace public, que nous trouvons approprié pour l'exercice traductif-traductologique que nous proposons, est le cadre propice pour l'apparition, le développement et la propagation des structures anthroponymiques. Dans ce cas de figure, les structures en question transcendent et transforment profondément les règles de l'état civil et le registre dénommatif officiel.

2.2. Les médias, reflet fidèle de l'espace public

Définies par le dictionnaire Larousse (2008) comme un:

procédé permettant la distribution, la diffusion ou la communication d'œuvres, de documents, ou de messages sonores ou audiovisuels (presse, cinéma, affiche, radiodiffusion, télédiffusion, vidéographie, télédistribution, télématique, télécommunication),

les médias témoignent d'une réelle puissance dans la société contemporaine. Cette politique médiatique a très vite marqué une distance avec les principes du passé² et s'est vue menée à l'extrême, car tout est médiatisé, tout est désormais public. Comme on pouvait s'y attendre, cela n'a pas tardé de produire des effets négatifs sur la manière de concevoir l'information dans son ensemble, et le professionnalisme journalistique s'est mélangé avec le non savoir-faire des amateurs qui feraient tout pour passer à la télévision.

² Y compris en ce qui concerne la vie privée, l'intimité et la vision de la famille et du couple.

Force est de constater qu'aujourd'hui les médias font partie de la plupart des foyers, ce qui fait que l'attribution de surnoms aux personnes médiatiquement exposées se pratique comme on le ferait pour n'importe quel membre de la famille ou pour un proche. Une permissivité hors-norme, due également à la libéralisation de la parole, a entraîné des changements au niveau de l'expression et du vocabulaire, voire de l'expression linguistique des émotions. Nous sommes à l'époque de l'explosion informatique, où la voix publique est le modérateur dénominateur de la scène. La prise de pouvoir est synonyme de prise en otage de la grammaire et du système dénominateur, les règles graphiques sont renversées, le *i* devient *y*, l'anglais est une sorte de nouvelle *lingua franca* et la vie publique permet toute intrusion dans la vie privée. Les moments importants de l'existence de chaque individu sont désormais ouverts aux autres, nous vivons (presque) tous ensemble (grâce au petit écran et à la presse écrite), sans savoir vraiment pour quel motif, et sans se poser la question d'une délimitation vie privée/vie publique.

Dans ce cadre médiatique surmédiatisé, il convient de préciser les tendances qui affectent le système anthroponymique (surnoms/ sobriquets) dans le contexte de la mondialisation et de la presse écrite satirique. Ensuite, il faudrait identifier l'impact ou les retentissements qu'ils produisent sur l'usage et la gestion anthroponymiques dans la vie de tous les jours et dans la démarche traductive-traductologique, ce qui donnera lieu à une prochaine étude.

2.3. La dénomination dans la presse satirique: le rôle déterminant des «fabricants» de surnoms.

Ce type particulier de dénomination, que l'on doit à la presse (notamment satirique), subit de multiples influences, liées notamment à la double fonction des auteurs de surnoms: créer et faire vendre le journal. Cela se reflète aussi bien sur la forme que sur les informations véhiculées par les structures dénominatives, fabriquées parfois à l'excès dans un but purement commercial.

À l'instar des noms propres littéraires, auxquels Ballard (1993: 207) attribue:

une charge signifiante et/ou connotative du nom propre [qui] est utilisée à des degrés divers, mais le choix ou l'invention de l'auteur sont toujours révélateurs d'une intention de signifier, de connoter, de rattacher le personnage à une réalité culturelle, à un objet du texte, à un destin,

dans les textes journalistiques les noms propres sont souvent utilisés comme des outils révélateurs d'une certaine part de vérité, une arme puissante qui se veut libératrice et justicière, avec un but précis: démasquer les «méchants» (à travers la découverte de leur vraie nature devant le lecteur, par l'intermédiaire du nom) et les punir ou s'en moquer publiquement. Au-delà de ces valences objectives du travail journalistique, on se rend très vite compte qu'en réalité, les structures dénominatives créées ne correspondent pas complétement à une réalité «vraie», mais à une réalité «voulue», en

fonction des besoins subjectifs des auteurs (manipulation dans le but de vendre, à la commande des adversaires politiques, afin de faire le «buzz», faire de la propagande électorale, etc.).

En tant que signe linguistique, on constate que les médias représentent une source inépuisable d'éléments dénominatifs qui englobent et offrent en même temps des indices concernant l'évolution onomastique de la société à un moment donné.

Dans une situation de communication, le dénominatif choisi a de multiples valences et il remplit des fonctions différentes, ce qui le transforme en élément phare des médias, le nom propre jouant un rôle clef dans l'expressivité du texte, à la fois lexicale et dénominative-référentielle. Surnoms et sobriquets, pour la plupart, les unités dénominatives sont clairement *des noms propres mixtes ou à base descriptive* (constitués d'un mélange de noms propres et d'éléments empruntés au lexique commun), selon la typologie de Jonasson (1994).

Profondément motivés, les anthroponymes, devenus des patronymes médiatiques, sont le plus souvent des artefacts, des constructions plus ou moins éphémères en fonction de l'intention de l'auteur-journaliste, et ils requièrent un traitement particulier, qui mène généralement à une nouvelle construction dans la langue cible.

La parole libre incarnée par la multitude de dénominations attribuées aux personnalités politiques permet, en principe, à la presse satirique de dénoncer à travers des surnoms et des sobriquets, la vérité présumée sous l'apparence et le non-dit des arrière-pensées des hommes de pouvoir et des personnes publiques. En même temps, les surnoms parus dans la presse satirique essaient d'attirer l'attention du public en interprétant les actions des hommes politiques avec un œil critique et, éventuellement, en démasquant leur supposée vraie nature.

Les anthroponymes présentent une particularité dans les textes journalistiques, celle de construire une identité dans et à travers le discours et tout en cristallisant les traits caractériels supposés à l'aide des procédés tels que l'humour et l'ironie.

Dans la presse satirique, le processus dénominatif a pour but la transformation des anthroponymes en *réalités humaines*; ils deviennent ainsi des entités éventuellement immuables qui agissent sur le mental collectif des gens et qui les influencent dans leurs choix ultérieurs (à l'occasion des élections par exemple). La force persuasive émane du caractère supposé véridique et vraisemblable que l'on associe généralement à la presse satirique, un groupe ou un système de pression médiatique qui présenterait la vérité derrière l'apparence.

Dans la construction du discours médiatique, on remarque l'existence d'une composante essentielle pour réussir à toucher le public et/ou le lecteur, qui concerne, comme dans le cas du discours politique électoral, un thème discursif se concentrant «sur l'imposition d'une image éligible devant l'auditoire [...] et sur l'attaque, en visant non seulement le plan idéologique, mais aussi le plan personnel (Felecan, D. 2011: 395–410)».

On préfère les formes courtes, mais très expressives, avec une sonorité intense, qui agissent sur le lecteur de façon à éveiller son intérêt, à l'amuser et à le provoquer

en même temps, à réagir par rapport aux défauts rappelés par le surnom en utilisant de nouveaux appellatifs. Les formes graphiques sont souvent loin du modèle canonique, et la formule dénominative officielle varie, évolue, modifiée à l'aide des figures rhétoriques (métonymies, métaphores, antonomases, etc.).

Des sous-catégories du nom propre, les surnoms servent notamment à décrire les élus et les personnes publiques, d'une manière plus évidente que par leurs seuls anthroponymes, dans le but de ridiculiser certains de leurs points faibles ou parfois de les rendre plus humains. Dans la presse écrite satirique, les surnoms sont attribués le plus souvent en fonction de *l'impact* qu'ils pourraient avoir auprès des lecteurs. Le succès immédiat des appellatifs auprès de ces derniers confirme l'intérêt et le plaisir ressenti par les gens de presse pour l'acte de surnommer les personnalités politiques.

Si peu de structures dénominatives ont un caractère permanent, ce phénomène s'explique par le fait que dans certains cas la diversification des noms et les changements qui peuvent apparaître coïncident avec un plus de pouvoir acquis par les individus en question et témoignent encore une fois du fait que plus une personne est médiatisée grâce à sa fonction, plus les possibilités de la parodier au moyen de son nom sont nombreuses.

Le fait que les textes de presse circulent démontre de la nécessité qu'une attention toute particulière soit accordée aux anthroponymes non conventionnels (remplis de sens), témoignant d'un sémantisme qui donne à réfléchir. Parmi les points importants de cette étude, on se concentre sur les adaptations qui sont nécessaires et les stratégies qu'il faut mettre en œuvre lors du passage à un espace linguistique différent, français en l'occurrence.

3. Plaidoirie pour une traduction

3.1. *Justification de la démarche*

Notre corpus a été choisi pour sa représentativité de l'usage des anthroponymes non conventionnels, qui entraîne une traduction qui respecte la même intention.

Tout d'abord, il faut prendre en compte l'intention du texte original. Elle n'a pas pour seul but que celui de faire rire, mais elle est profondément coercitive et punitive. C'est pour cela que la difficulté consiste dans le fait que le texte doit être lisible sans notes de bas de page ou sans avoir à consulter un dictionnaire. On est obligé de reconnaître, dans ce cas, que même le dictionnaire n'aiderait pas beaucoup, et casserait sans doute le message du texte en le coupant, afin de découvrir le sens d'un mot ou d'une expression.

Le traducteur est ainsi confronté à une série de problèmes, qui se déclinent différemment selon de type d'anthroponyme utilisé. Certains des articles que l'on peut rassembler sous l'étiquette d'anthroponymes non conventionnels reposent entièrement sur l'actualité politique, et leur sémantisme se fonde quasi exclusivement sur la grande complicité de l'auteur avec son public. Ancrés dans un contexte sociopolitique déterminé, les noms et les formules dénominatives utilisées dans les journaux satiriques

jouent un rôle important dans la compréhension globale de la société. Certains sont toutefois plus directement compréhensibles et appréciables par un public étranger, et il s'agit ici notamment des noms restitués par report (noms à résonnance internationale). En outre, conserver les références tel qu'elles sont proposées dans le texte original, ce serait proposer un texte incompréhensible pour un public français, donc beaucoup plus crypté.

Pour tenter de reproduire l'impact du nom original, il faudrait lui faire subir des transformations considérables, voire le transposer complètement. En ce qui concerne le caractère humoristique, qui n'a de réalité que si son récepteur le perçoit comme tel, celui-ci oppose des résistances particulières à la traduction. En effet, même en langue source, il nécessite souvent une interprétation par son récepteur, une traduction intra-linguistique pour que l'effet visé par l'énonciateur atteigne le but recherché.

Si, dans 80 à 90% des cas, le dogme de l'intraduisibilité des jeux de mots est réfuté, il subsiste des occurrences dont la traduction ou adaptation s'avère impossible sur une unité; le traducteur essaie alors de préserver la tonalité générale en insérant un jeu de mots en un autre point où le texte source n'en offrirait pas. Le maintien d'un nombre équivalent de jeux de mots est en effet une préconisation courante dès lors qu'ils ont été identifiés comme figure de style représentative. Si ce procédé de compensation éloigne la version française de la traduction littérale, il permet de garder une cohérence humoristique au texte cible.

Pour la réception finale par le public, le transfert culturel pose des problèmes aussi ardues que dans une traduction conventionnelle. Car pour le public étranger, la situation peut s'avérer difficile à déchiffrer, tant le ton satirique procède d'habitus collectifs: pour le comprendre, il faut le replacer dans son milieu naturel, qui est la société. Il doit avoir une signification sociale.

3.2. Le caractère non conventionnel et ses conséquences traductives

Des anthroponymes, nous considérerons le nom de famille et le prénom enregistrés officiellement comme des unités conventionnelles, à condition qu'ils respectent les conventions dénominatives standard, mises en place par une autorité civile selon un schéma prédéfini. Tout écart de cette règle, aussi bien du point de vue formel, graphique, sémantique ou pragmatique, sera considéré comme étant non standard, et par conséquent comme non conventionnel³. À ces cas particuliers s'ajoutent également

³ Le terme et adjectif qualificatif non conventionnel apparaît aujourd'hui dans des contextes très variés: remèdes et soins, concerts, maisons, destinations de vacances, un type de médecine, des technologies, des fêtes, du pétrole et du gaz, et même des cimetières. En accord avec Rateau (2012, 2014), il faut préciser que ces anthroponymes ne sont pas non conventionnels, mais ce sont les méthodes et les procédés de dénomination qui le sont. C'est par «glissement sémantique» que ces adjectifs (conventionnel / non conventionnel) peuvent déjà, ou pourront prochainement et logiquement, qualifier des anthroponymes, des toponymes, etc. Pour une analyse de l'évolution de sens du mot «non conventionnel», voir Rateau Michel A. 2014. 'Unconventional: What Does this Adjective Mean in Onomastics? An Attempt to Answer this

les surnoms, les sobriquets, les pseudonymes et les allonymes, les hypocoristiques et autres diminutifs⁴ (Rateau 2012), et certains appellatifs⁵ utilisés:

1. en dehors des normes dénominatives civiles;
2. dans une situation non conventionnelle;
3. de manière subjective;
4. avec une intentionnalité définie;
5. en tant que noms propres-culturèmes;
6. afin d'accomplir une action, grâce à leur capacité performative;
7. afin de distinguer un individu du point de vue de son comportement ou son caractère, quand le nom ne suffit plus;
8. faire découvrir un individu en tant que sujet social;
9. du point de vue formel et sémantique, à travers de nombreux procédés de formation (y compris le jeu de mots).

3.3. Propositions de traduction

En ce qui suit, on inventorie quelques anthroponymes présents dans la presse satirique afin de comprendre le fonctionnement du système dénomiatif dans ce type de presse.

Pour la plupart des exemples, l'analyse a été faite pour l'ensemble de l'article où apparaissent des anthroponymes non conventionnels. On remarque généralement que dans le cadre d'un même article, il est possible de retrouver la formule dénomiatif officielle, un ou plusieurs surnoms, et des informations qui aident le lecteur à déchiffrer l'origine du surnom attribué à la personne en question.

Parmi les procédés de traduction le plus utilisés, on répertorie:

1. traduction par report:

TS/1: *Până atunci, Țac-pac, cică trag americanii în Ponta cu o interdicție de intrare pe teritoriul american. Mai multe surse indică faptul că încă premierul a rămas fără posibilitatea de a călători oficial, cu viză diplomatică, în SUA. Dacă și Disneylandul de lângă Paris este considerat teritoriu american, atunci Mickey Mouse chiar că a îmbulinat-o!*

TC: *Entre temps, vite fait, les Américains tirent sur Ponta avec une interdiction d'entrée sur le territoire américain. Plusieurs sources indiquent le fait que le premier (encore en fonction) est resté sans la possibilité de voyager officiellement, avec un visa diplomatique, aux*

Question in Connexion with Anthroponymics in the Southwest of France', in *Unconventional Anthroponyms: Formation Pattern and Discursive Function*, pp. 40–54, ed. by Oliviu Felecan and Daiana Felecan. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

⁴ Pour une liste complète des allonymes et des autres diminutifs, voir Rateau (2012).

⁵ Opposés aux appellatifs conventionnels, les appellatifs non conventionnels sont des «appellatifs qui ne sont pas conformes avec les règles et les réglementations officiels d'une communauté, concernant l'attribution de noms de personnes, de groupes, de fonctions etc. et leur utilisation dans l'espace public.» (Manu Magda 2011: 508).

Etats-Unis. Dans la situation où même le Disneyland qui est à côté de Paris est considéré un territoire américain, Mickey Mouse a vraiment du souci à se faire!

TS/2: **Imperator Maximus** se cere în PNL. Răspunsul lui Iohannis l-a lăsat fără replică: GHINION!

TC: **Imperator Maximus** se veut dans PNL. La réponse de Iohannis l'a laissé sans réplique: Pas de chance!

TS/3: Și am, nu știu de ce, impresia, că asist la o nouă defilare cu care alegorice, în care faraonul Mazăre e urmat de regina **Cleopatra-Udrea**, de baronul **Munchausen-Ponta**, călare pe ghiulea, și de piratul Barbă-Albastră (sic!)-Bănescu, toți râzând și chefuind, în vreme ce corabia numită România ia apă prin toate găurile făcute de ei la buget.

TC: Et j'ai l'impression, je ne sais pas pourquoi, d'assister à un nouveau défilé de chars allégoriques, ou le pharaon Mazăre est suivi par la reine **Cléopâtre-Udrea**, par le baron de **Munchausen – Ponta**, a cheval sur le canon et par le pirate Barbe Bleu (sic!) – Bănescu, tous riant et faisant la fête, alors que le bateau appelé la Roumanie prend l'eau par tous les trous qu'ils ont fait au budget.

2. assimilation phonétique et graphique:

TS: **Însuși Marele Adormit Național, Crizel Antenescu**, s-a trezit să ne zică că nu-l susține pe MRU. Pentru a tergiversa numirea lui MRU, PSD, dacă nu absentează, vrea să facă o solicitare de modificare a legii SIE înainte de votul pentru Mihai Răzvan Ungureanu.

TC: **Le Grand Endormi National, Crizel Antenescu**, lui-même, s'est réveillé pour nous annoncer qu'il ne soutenait pas MRU. Pour retarder la nomination de MRU, le PSD, s'il n'est pas absent, veut faire une demande de modification de la loi SIE avant le vote pour Mihai Razvan Ungureanu.

3. traduction littérale (et adaptation graphique):

TS/1: Nu asta se spune în material, ci faptul că **Klanul** Iohannis este acuzat de fals, uz de fals și instigare la toate acestea, mijloace prin care și-a clădit toate diferențele de avere, nu numai ceea ce n-ar fi declarat la fisc.

TC: Ce n'est pas cela qu'on dit dans l'article, mais le fait que **le Klan** Iohannis est accusé de faux, d'usage de faux et d'instigation à tout cela, de moyens qui lui ont permis de bâtir toutes ses différentes fortunes, et non seulement ce qu'il a déclaré au fisc.

TS/2: Credeam că a aflat și **Klaun** Iohannis că destinul României nu este numai destinul individual al fiecăru om în parte (sau al camarilei), ci destinul comun.

TC: Je pensais que **Kloun** Iohannis a appris lui-aussi que le destin de la Roumanie n'était pas que le destin de chaque personne à part (ou de la camarilla), mais le destin commun.

TS/3: În câteva zile, **George Becali-omul duhovnicesc** va fi mai rău decât era

Jijisapiens înainte de pușcărie – iar în legătură cu acest aspect aș dori să mulțumesc statului român, care, după ce l-a îmbogățit pe acest imbecil, l-a pedepsit închizându-l în penitenciarul de maximă fișă Poarta Albă.

*TC: Dans quelques jours, **George Becali** – l’homme spirituel sera pire que Jijisapiens avant la prison – et à cet égard, je tiens à remercier l’Etat roumain qui, après avoir enrichi cet imbécile, l’a puni en l’enfermant dans la prison ‘maxi-branchée’ Poarta Albă.*

4. résistance à la traduction:

*TS: Ca să pară mai dramatică situația, Dragnea pare în conflict cu Rovana Plumb. **Liviuț** susține că nimic nu e bătut în cuie până la prezența la vot (el știe!), **Rovănuța** zice, răspicat, că PSD nu participă la vot. Între timp, de pe Facebook aflăm că Ponta nu are nimic de reproșat UNPR dacă votează pentru numirea lui MRU. Că și el respectă “interesul național”. Căci se știe, dacă interesul național o cere, indispensabilul General Izmană votează pentru, firește.*

*TC: Pour que la situation paraisse plus dramatique, Dragnea paraît être en conflit avec Rovana Plumb. **Liviuț** soutient que rien ne soit sûr jusqu’au. (il le sait bien!), **Rovănuța** dit, sans ambages, que le PSD ne participe pas au vote. Pendant ce temps, nous apprenons sur Facebook que Ponta n’a rien à reprocher à UNPR s’ils votent pour la nomination de MRU. Qu’il respecte, lui-aussi, «l’intérêt national». Car nous le savons, si l’intérêt national l’exige, l’indispensable Général Pyjama votera pour, bien évidemment.*

Pour résumer la structure des unités dénominatives présentes dans la presse satirique, on peut établir la catégorisation suivante:

- **surnom renvoyant à un comportement:** Odiosul Diktator/L’odieux Dictateur, Domnitorul Iliescu/ Seigneur Iliescu, Primul său Păstor/Son premier berger, Primul Finanțist Daniel/Le premier financier Daniel;
- **association surnom-nom de famille:** Abramburica Andronescu, Marele Maestru Manipulator Hrebenciuc/Le grand Maître Manipulateur Hrebenciuc;
- **appellatif-surnom (ou interpellation ironique):** Doamna Abramburica/Madame Abramburica;
- **appellatif-prénom-nom de famille à résonance historique-nom de famille de l’individu:** Tătucul Ion Ilici Iliescu/Le père Ion Ilici Iliescu;
- **nom de famille articulé de manière familière (le/la+nom de famille):** Androneasca, Plumbuita;
- **hypocoristique-nom de famille:** Cati Andronescu, Caty Andronescu, Rovănuța, Liviuț;
- **surnom calqué sur un personnage littéraire:** Cazancimodo pour Robert Cazanciuc;
- **abréviations:** MRU (pour Mihai Razvan Ungureanu), VV Ponta (Victor Viorel);
- **titres ou prédicats nobiliaires:** Mitomănia Sa/Sa Mythomanie, Domnitorul/Le seigneur, Sfântului Martir Politic Victor Viorel Ponta Degrabă Vărsătorul de

Minciuni în Folosul Bunătării Țării Amin!/Le Saint Martyr Politique Victor Viorel Ponta En vain Débiteur de Mensonges Pour la Richesse du Pays Amen!

Une catégorie à part est représentée par les titres de presse, qui véhiculent généralement aussi bien une partie de l'identité réelle, qu'un surnom artefact. Le caractère sémantique des unités à traduire vise une caractéristique physique, un comportement politique (la décision de s'autosaisir dans un dossier pour l'Avocat du peuple, par exemple) ou une position publique prise par rapport à un phénomène social (la promotion d'un point de vue contre les médicaments et les vaccins) etc.

TS/1: *Șuvița is back: Băsescu va candida la Primăria Capitalei.*

TC: *La mère est de retour: Băsescu sera candidat pour la Mairie de la Capitale.*

TS/2: *Prea Autosesizatul Ciorbea Îndurătorul.*

TC: *Le Trop Autosaisissant Ciorbea le Miséricordieux*

TS/3: *Caligula Imperator și-a făcut calul senator, Gabi Oprea, mai dator, și-a pus vrăbiuța doctor.*

TC: *L'Empereur Caligula a fait de son cheval un sénateur et Gabi Oprea, plus endetté, a aidé sa cocotte à devenir Docteur.*

TS/4: *Academia Cațavencu & Oliva Știr vă recomandă: vaccinurile sunt prostii, dați fiertură la copii!*

TC: *L'Académie Cațavencu & Oliva Plante verte vous recommandent: les vaccins sont un non-sens, donnez de la bouillie aux enfants!*

4. Conclusion

Dans une optique dénominative contrastive, l'aspect onomastique non conventionnel vise la qualité sémantique particulière des anthroponymes d'échapper aux normes du registre civil officiel. Dans l'espace médiatique, la catégorie des surnoms marque un écart symbolique avec le passé, sans dissociation entre l'individu et le rôle défini qu'il a dans la société. En même temps, c'est une marque non conventionnelle d'identification des représentants de la vie politique, sociale et culturelle roumaine, mais très tacitement convenue par la communauté médiatique au niveau international.

À travers l'analyse dénominative de l'espace public-médiatique, il est possible de standardiser la traduction des anthroponymes non conventionnels (profondément sémantiques), en se basant sur les principes suivants:

1. la presse fait connaître et véhicule les anthroponymes;
2. les médias font partie intégrante de la vie des gens, qui s'intéressent aux personnes publiques, et notamment à leur vie privée;
3. par rapport à la langue destinataire, il est sans doute opportun de prendre des libertés reproduisant celles que s'autorise l'auteur du texte original par rapport à la langue de son public. Ces libertés peuvent aller dans des sens très divergents, du moment que l'effet original principal –se moquer/faire rire- est restitué (mais aussi

tromper le lecteur, quand l'aspect marketing est trop privilégié). À trop vouloir respecter la langue source – le roumain – on risque d'une part de la considérer comme prisonnière des carcans de son usage courant, d'autre part d'oublier de respecter les données du texte source.

Le processus traductif rend possible la création d'une connivence qui participe à la transmission d'une image, caractérielle le plus souvent, (vraie ou fausse) et par conséquent ancrée socialement. Toute traduction est possible grâce au contexte. Même pour les personnes qui ne s'intéressent pas à la vie politique, le contexte facilite la compréhension et peut provoquer une réaction chez le lecteur, équivalente à celle de la langue source (rire, ironie, moquerie, etc.).

Bibliographie générale

- Ballard, M. 2011 *Numele proprii în traducere* [titre original: *Le Nom propre en traduction*, Paris, Ophrys, 2001]. Traduction coordonnée par G. Lungu-Badea. Préface et notes de traduction de G. Lungu-Badea. Timișoara: Editura Universității de Vest.
- Chelaru-Murârșu, O. 2010. Nume, porecle, semnături ironice în paginile < Academiei Cațavencu > [Noms, sobriquets, signatures ironiques dans les pages de l'«Académie Cațavencu»]. Dans *Limba română: Controverse, delimitări, noi ipoteze (II), Pragmatică și stilistică, Actele celui de al 9-lea Colocviu al Catedrei de limba română* [La langue roumaine: Controverses, délimitations, de nouvelles hypothèses (II), Pragmatique et stylistique, Les actes du IXe Colloque de langue roumaine], București, 4–5 décembre 2009, R. Zafiu, A. Dragomirescu and A. Nicolae (eds.), 175–184. București: Editura Universității din București.
- Delisle, J. 1993. *Traduction raisonnée*. Ottawa: Éd. de l'Université d'Ottawa
- Felecan, D. 2011. Strategii comunicative în discursul politic electoral românesc actual. Dans *Confluente lingvistice și filologice. Omagiu profesorului Nicolae Felecan la împlinirea a 70 de ani*, O. Felecan et D. Felecan (eds.), 493–531. Cluj-Napoca: Editura Mega.
- Felecan, D. 2012. *Des appellatifs non conventionnels noms communs de groupe dans la langue roumaine actuelle: construction et fonction communicative*. *Nouvelle Revue d'Onomastique (NRO)* 54: 227–244.
- Felecan, O. et D. Felecan (eds.) 2014. *Unconventional Anthroponyms: Formation Patterns and Discursive Function*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Gary-Prieur, M-N. 1994. *Grammaire du nom propre*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Jonasson, K. 1994. *Le nom propre. Constructions et interprétations*. Louvain: Duculot.
- Ladmiral, J-R. [1979] 1994. *Traduire: théorèmes pour la traduction*. Paris: Gallimard, coll. «Tel».
- Leroy, S. 2004. *De l'identification à la catégorisation: l'antonomase du nom propre en français*. Paris: Peeters Publishers.
- Leroy, S. 2004. *Le nom propre en français*. Paris: Editions Ophrys.
- Lungu-Badea, G. 2004. *Teoria culturemelor, teoria traducerii*. Timișoara: Editura Universității de Vest.
- Lungu-Badea, G. 2005. *Tendințe în cercetarea traductologică*. Timișoara: Editura Universității de Vest.
- Lungu-Badea, G. 2008. Quelques questions concernant la traduction des noms propres: application au roumain. Dans *La Traduction: philosophie, linguistique et didactique*, collection UL3 «Travaux et Recherches», T. Miliaressi (éd.), 249–252. Lille: Université Charles de Gaulle – Lille3.

- Lungu-Badea, G. 2008. *Mic dicționar de termeni utilizați în teoria, practică și didactica traducerii*. Timișoara: Editura Universității de Vest.
- Lungu-Badea, G. 2011. Un panorama de la traduction roumaine des noms propres (roumain-français). Dans *De la linguistique à la traductologie*, collection «Philosophie & linguistique», T. Milliaressi (éd.), 161–177. Presses Universitaires du Septentrion.
- Manu Magda, M. 2011. Pragmatică și antroponimie (considerații teoretice referitoare la sistemul apelativelor în limba română actuală). Dans *Numele și numirea. Actele Conferinței Internaționale de Onomastică, ediția I, Interferențe multietnice în antroponimie, Baia Mare, 19–21 septembrie 2011*, O. Felecan (ed.), 503–515. Cluj-Napoca: Editura Mega.
- Milliaressi, T. (éd.). *De la linguistique à la traductologie*. Collection «Philosophie & linguistique». Presses Universitaires du Septentrion.
- Neethling, B. 2011. The Right to a Good Name: Muslim and Xhosa Children. Dans *Numele și numirea. Actele Conferinței Internaționale de Onomastică, ediția I, Interferențe multietnice în antroponimie, Baia Mare, 19–21 septembrie 2011*, O. Felecan (ed.), 78–89. Cluj-Napoca: Editura Mega.
- Rateau, M. A. 2012. Qu'est-ce que l'onomastique? *Le Gonfanon* 78: 3–26. Chamalières: Association de Recherches Généalogiques et Historiques sur l'Auvergne.
- Rateau M. A. 2014. Unconventional: What Does this Adjective Mean in Onomastics? An Attempt to Answer this Question in Connexion with Anthroponymics in the Southwest of France. Dans *Unconventional Anthroponyms: Formation Pattern and Discursive Function*, O. Felecan et D. Felecan (eds.), 40–54. Newcastle-upon-Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Tomescu, D. 1998. *Gramatica numelor proprii în limba română*. București: Editura ALL Educational.
- Translations: «(In)Traductibilité des noms propres» (3)*. 2011. Timișoara: Editura Universității de Vest.
- Van Langendonck, W. 2007. *Theory and Typology of Proper Names*. Berlin/New York: De Gruyter.
- Vaxelaire, J-L. 2005. *Les noms propres – une analyse lexicologique et historique*. Paris: Honoré Champion.
- Le journal satirique *Academia Cațavencu et Cațavencii*.