Traduire la dimension socioculturelle du discours

Nicoleta-Loredana MOROŞAN
nicoletamorosan@litere.usv.ro

Ioana-Crina PRODAN
crinacoroi@litere.usv.ro
Université « Ştefan cel Mare » de Suceava (Roumanie)

Abstract: One (if not the first) way of becoming acquainted with a foreign culture that springs to mind is the direct immersion achieved by moving to live within, and be part of the society that particular culture is specific to. Yet, should this not be possible (or even when it is), reading literature written either by expatriates leading their life amidst the culture in question or by natives that lived abroad for a while, being prompted to draw comparisons between their culture and the foreign one, is an important stage that can successfully introduce one to the mysteries of the covert part of what makes the specificity of life somewhere. This paper aims at drawing a parallel between the objective information and the subjective one carried by two culturally-loaded words specific to life in the French capital, as presented by a native-born Parisian.

Keywords: *culture, culturally-loaded words, perception, translation procedures*

I. Préambule

Quand nous pensons aux modalités les plus appropriées de découvrir la culture de l'Autre, une des premières qui nous viennent à l'esprit, c'est l'immersion directe effectuée grâce à l'emménagement proprement-dit dans le pays étranger où elle est véhiculée. Autrement dit, faire le choix de vivre carrément au milieu des natifs et, *condition sine qua non* (il va sans dire), aller à leur rencontre, interagir constamment avec eux. Cette interaction *in praesentia* nous permettra un accès direct (à nous, les étrangers vivant au milieu des « gens du coin ») aux comportements, habitudes ou traditions de la communauté que nous souhaitons connaître. Mais si s'il est sans conteste que cette observation peut avoir lieu sans exiger de notre part un effort outre mesure - tant que nous vivons dans un esprit d'ouverture vers l'Autre -, il n'en sera pas de même, pourtant, pour ce qui qui est de la prise de conscience d'aspects de vie tels les valeurs fondamentales, les convictions, les attitudes,

BDD-A30666 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:49:26 UTC)

les priorités, les prérequis ou bien les perceptions régissant la vie dans la communauté nouvellement intégrée par nous.

Dans le célèbre modèle de la culture proposé par l'anthropologiste Edward T. Hall en 1973 et que nous venons d'évoquer, celui qui associe la « culture » à un *iceberg*, les aspects de vie spécifiques à une société qui sont appris de manière explicite, consciente, relevant donc d'une connaissance objective, ne représentent en fait qu'un dixième de la totalité des dimensions comportées par la culture de la société en question, dans l'analogie « glaciale » étant représentée par la partie visible de l'iceberg. La deuxième catégorie d'aspects citée ci-dessus, la plus conséquente autant au niveau quantitatif (de nombre de composantes) qu'au niveau de l'importance jouée dans le vie de l'homme, est celle que les individus de la communauté se sont appropriée de manière implicite, tout au long de leur existence, depuis leur petite enfance, dont ils risquent même de ne pas être conscients, mais au nom de laquelle ils portent des jugements de valeur sur tout ce qu'ils font et sur tous ceux avec qui ils interagissent. En outre, c'est tout ce qui forme cette partie invisible de l'iceberg qui est la plus difficile à discerner par un étranger et qui est aussi la plus rétive au changement, donnant donc lieu à une sorte de cadre préétabli de jugement de la réalité. Au vu de son importance, la découverte en immersion de l'Autre culture suppose également l'effort de percevoir les mille nuances impliquées par la partie cachée, mais omniprésente, de l'iceberg appelé « culture ». (E.T. Hall, 1976)

Mais au-delà de l'expérience directe au milieu des gens ayant grandi dans la culture qui nous intéresse, une autre modalité de l'appréhender est à travers la lecture des textes qui y font référence. Et, à la réflexion, cette manière de percer les secrets de l'autre culture n'est pas sans importance même pour ceux qui ont l'occasion de faire l'expérience de celle mentionnée plus haut.

Dans l'ensemble des textes qui peuvent faire office de porte d'accès à « d'autres manières de faire les choses », une grosse partie en est constituée par ceux écrits par les expatriés, qu'il s'agissent de petits textes indépendants circulant le plus souvent dans l'environnement numérique sous forme de blogs ou de forums de discussion, ou bien de romans intégrant le genre spécifique de la « littérature d'adaptation » (*literature of accommodation*, sous-genre littéraire identifié en 2003 par Edward Knox). Une partie moindre, mais non pas moins importante, est formée par les textes écrits par les natifs eux-mêmes sur leur culture maternelle, après avoir fait l'expérience d'une culture étrangère, et donc dressé des parallèles entre les deux. Le recueil de textes *Dessine-moi un Parisien* signé par le Parisien Olivier Magny et publié en 2010 chez 10/18 fait partie de cette deuxième catégorie. Il est en fait une auto-traduction de l'anglais vers le français : *Stuff Parisians Like* mué en *Dessine-moi un Parisien*.

La raison pour laquelle la réflexion d'un Parisien sur les traits qui composeraient le portrait d'un habitant de la capitale française a pris la forme d'une suite de présentations suivant toutes le même scénario discursif, en anglais, tout d'abord, et non pas en français, réside dans la fonction qui leur a été initialement assignée par leur auteur. Issues pour répondre à un besoin pragmatique, étant donné que O. Magny était fondateur d'une société de dégustation des vins qui offrait les services qu'elle proposait soit à Paris, soit dans des vignobles à travers la France, à une clientèle surtout internationale (et éminemment anglophone), ces petites présentations étaient censées introduire l'Étranger à la partie difficilement saisissable à première vue de la culture partagée par les gens de la capitale française. Parues initialement sur le blog de la Société *Ô Château Wine Tasting and Wine Bar*, les textes ont remporté un vif succès auprès des lecteurs du blog. L'acuité avec laquelle le Parisien a surpris des aspects relevant d'un comportement fréquemment

BDD-A30666 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:49:26 UTC)

manifesté par ses concitoyens, ainsi que auto-ironie et l'humour dont est parcouru le discours à dominante descriptive a valu à cette rubrique du blog la transformation dans le livre *Stuff Parisians Like* publié en 2011 chez Penguin.

Les deux livres ce sont des instruments qui facilitent l'accès à des traits qui, à un moment ou autre, risquent de ressortir avec force à la surface de la personnalité d'un Parisien. Chaque titre porté par les tableaux qui forment le canevas d'une petite partie du visage caché de la culture parisienne : « Le cinéma le dimanche, Les sushis, Roland-Garros, Les Grandes Écoles, Avoir des théories, Les amis, La neige, Les expos, Les bobos, Le verlan, Le mot *sympa*, Le mot *petit*, Les énumérations », pour n'en glaner qu'une *petite* partie, a le statut d'un culturème (Benko, 1985 ; Lungu Badea, 2001), c'est-à-dire un « mot à charge culturelle partagée » (Galisson, 1987), indique à son lecteur qu'il comporte des connotations particulières qui lui sont attribuées par les Parisiens. Ces titres renverront soit à des aspects de vie communs à beaucoup de cultures, mais dans la capitale française sont doués d'une signification spéciale, soit à des aspects de vie perçus d'emblée comme spécifiquement parisiens.

Dans ce qui s'ensuit nous allons dresser un parallèle entre les informations objectives liées aux deux culturèmes mentionnées et une possible traduction des présentations subjectives qu'on en retrouve dans les recueils du Parisien Olivier Magny.

II. Découvrir la capitale française à travers ses culturèmes

Parmi les culturèmes qui occasionnent au lecteur l'initiation dans la culture du lieu, se retrouvent le nom le nom d'une spécialité gastronomique française, *le caramel au beurre salé* et celui d'un glacier, *Berthillon*. Ce sont deux réalités socioculturelles françaises, marques de l'identité parisienne, généralement connues et appréciés sur le plan (inter)national.

Pour un Roumain, le *caramel* a une résonance tout à fait familière si l'on pense aux sucreries savourées surtout pendant l'enfance. S'il est vrai que la langue roumaine emploie le nom *caramele* comme nom comptable, surtout au pluriel, et non pas comme un nom renvoyant à une masse indistincte, *caramel* - cette particularité de la langue française de faire appel à des articles partitifs représentant d'ailleurs un des écueils à surmonter au début de l'apprentissage du français par un Roumain -, autant son signifié que son signifiant sont vite assimilés par l'apprenant débutant. Le nom *caramel* a donc, sans conteste, sa place dans la catégorie des *vrais amis* lors de l'acquisition de la compétence linguistique en français. Cela, si l'on regarde leur correspondance des deux mots dans un dictionnaire bilingue ; mais à s'y intéresser de plus près, on finit par trouver des différences dans son champ sémantique, surtout qu'en français le *caramel* entre dans un syntagme qui, bien qu'apparemment transparent et tout à fait traduisible en roumain (un ingrédient important dont est fait le caramel français, ingrédient qui existe aussi dans la cuisine roumaine, le *beurre*), en association justement avec le goût salé du beurre, il reste assez obscure : *caramel au beurre salé* / *caramele cu unt sărat*.

À un survol rapide de quelques sites qui mettent à la disposition des internautes des information sur le *caramel au beurre salé*, un Roumain qui parle français a aussitôt la possibilité de découvrir un éventail d'informations qui concernent l'espace francophone, telles celles que nous avons recueillies et que nous avons choisi de citer ci-dessous (voir www.caramelaubeurresale.net, www.odelices.ouest-france.fr, etc.).

Le caramel au beurre salé constitue une spécialité gastronomique française dont les origines remontent en Bretagne, vers la fin des années 1970. Le nom de ce caramel mou est lié à un chocolatier de Quiberon qui s'appelle Henri Le Roux, un maître chocolatier et caramélier français. Son inventivité culinaire l'a déterminé à créer un bonbon doux, avec du

BDD-A30666 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:49:26 UTC)

beurre salé et des noisettes, un produit tout à fait unique et original qu'il a commercialisé ensuite avec beaucoup de succès à Paris. Ce fut le moment où cette spécialité bretonne a connu un essor formidable et a remporté un bon nombre de prix et d'autres signes d'appréciation au niveau national et international devenant un point de repère culinaire, un symbole de la Bretagne que le monde entier apprécie.

Le long du temps, cette spécialité tout à fait inédite a connu d'autres appellations, comme le caramel au beurre salé breton, le caramel au beurre salé de Guérande ou encore le caramel au beurre salé de Quiberon et surtout le C.B.S (chocolaterie Le Roux).

De point de vue de la fabrication de cette merveille culinaire, il faut préciser qu'il existe toute une série de types de recette ayant presque le même fondement : mélanger beaucoup de sucre avec de l'eau pour obtenir du caramel, puis insérer à la préparation du beurre salé et finalement, il est possible de lisser le produit avec de la crème fraîche.

De point de vue de la mise en forme du caramel au beurre salé, il en existe plusieurs variantes consacrées. Ainsi, en Bretagne, on le retrouve sous la forme d'une crème à tartiner, nommée le *salidou* qui enrichit les crêpes, les gaufres ou d'autres produits de pâtisserie On le retrouve couramment dans les restaurants, dans les confiseries et sur le marché sous différentes formes : des carrés de caramel, des bonbons ou des sucettes, ayant une texture molle ou durcie, voire liquide, pour répondre pleinement aux choix culinaires des passionnés.

Pour ce qui est de *Bertillon*, ce culturème onomastique d'origine parisienne n'a pas été intégré par la langue roumaine, requérant aussitôt la recherche de sa provenance. Et quel meilleur endroit que le site de la maison ? La navigation sur ses pages nous dévoile que le nom de Berthillon renvoie autant à l'une des « meilleures glaces du monde », qu'à un endroit célèbre situé dans l'Île Saint-Louis. Le slogan « La qualité est notre passion » qu'on retrouve sur le site web de cette entreprise de famille (voir www.berthillon.fr) peut être considéré comme une définition de cet endroit recherché par un nombre considérable de autant de Parisiens que de touristes : « Raymond Berthillon entend conserver l'esprit d'une entreprise artisanale et familiale, tout aussi respectueux des directives européennes que des valeurs immuables de l'artisanat français : qualité des produits, ambition du chef-d'œuvre, créativité, transmission du savoir-faire. » (*ibidem*)

En fait, Berthillon renvoie à la saga d'une famille, telle que présentée par ses membres, une affaire qui s'est développée progressivement grâce au talent et à la créativité gastronomiques de Raymond Berthillon, le créateur de nombreuses glaces et de nombreux sorbets qui englobent des produits de haute qualité. Il s'agit d'un travail quotidien d'amples dimensions pour répondre à une demande constante – le site invoqué précise en fait que « chaque jour, mille litres de glaces et de sorbets élaborés rue Saint Louis en l'île vont régaler les clients de la boutique, mais aussi ceux des 140 restaurants, brasseries, chocolatiers, épiceries de luxe, à Paris, en région parisienne et jusque dans le Doubs à Malbuisson. » (*ibidem*).

III. Traduire la scénographie discursive des définitions subjectives

Les petits textes qui dévoilent la vision du Parisien Magny sur les deux culturèmes cités ci-dessus suivent la même organisation discursive, celles de tous les composants de ce livre: d'une longueur d'une à deux pages, les textes se déploient sur le mode suivant : un élément péritextuel, le titre, le texte proprement-dit, et deux autres éléments relevant du péritexte, à savoir un *conseil utile* et un échantillon de *parler parisien*. Ce péritexte qui se déroule dans deux temps remplit un rôle essentiel, puisqu'il est censé être un concentré de vécu parisien par rapport au sujet traité.

BDD-A30666 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:49:26 UTC)

La présence subjective dans les textes envisagés pour l'analyse des culturèmes à travers l'acte de traduction est reconnaissable par le biais des stratégies discursives qui mobilisent dans le discours différentes manières de « charmer » l'allocutaire, à savoir le(s) lecteur(s). Le corpus d'investigation discursive est constitué d'échantillons de textes extraits des chapitres « Caramel au beurre salé » (désormais [CBS], pp. 35-37) et « Berthillon » (désormais [B], pp. 80-81) de l'ouvrage *Dessine-moi un parisien* (2010) d'Olivier Magny. Nous proposons la traduction en roumain des échantillons choisis qui vont mettre en évidence les particularités langagières dans la subjective des culturèmes mentionnés ci-dessus.

III.1. Progression thématique du culturème *caramel au beurre salé*

- **Association caramel à un péché mignon**

[CBS : 35] « Le sucré porte en lui toutes les afflictions de la décadence. II est couvrant et riche, sensuel et affriolant, séduisant et goguenard. II convient donc de se méfier du sucré. Le consommer toujours avec modération. Juste assez pour que l'ombre inquiétante de la décadence ne vienne cacher la tendre éclaircie gourmande. » / « Dulcele poartă cu sine toate patimile decandeţei. Te învăluie, e bogat, senzual şi ispititor, seducător şi neruşinat. E mai bine deci să-l priveşti cu neîncredere. Să-l manânci cumpătat, cât să nu rişti ca umbra neliniştitoare a decandeţei să-ţi tulbure firavul moment de înseninare gurmandă. » (n.t.)

- **L'évolution de la gloire du caramel – du niveau local (la Bretagne) au niveau national (Paris – point culminant)**

[CBS : 35] « Le caramel au beurre salé était il y a peu une curiosité bretonne. Le témoignage charmant d'une vieille habitude bigouden consistant à saler le beurre. Mais son goût enchanteur et ses qualités rédemptrices lui ont ouvert les portes de la capitale. Ces dernières années, il est devenu à Paris l'étendard de tous les croisés de la culpabilité. » / „Până de curând, caramelele cu unt sărat erau o curiozitate bretonă. Mărturia încântătoare a unui vechi obicei *bigouden*[1] care consta în a pune sare în unt. Însă gustul lui fermecător şi calităţile sale izbăvitoare i-au deschis porţile capitalei. La Paris, în ultimii ani, el a devenit stindardul tuturor împătimiților după dulce." (n.t.)

- **Entérinement de la gloire**

[CBS : 35] « Le Parisien pourra trouver son caramel au beurre salé dans bon nombre de petits poneys de Troie : la glace, les macarons, les bonbons... De cette cavalerie joufflue, le bonbon au caramel au beurre salé demeure l'icône absolue, la caresse la plus experte. Celle à laquelle on ne résiste pas. » / „Parizianul îşi poate găsi caramelele cu unt sărat în nenumăraţi ponei din Troia: în îngheţată, în *macarons*, în bomboane… În această cavalerie durdulie, bomboana cu caramel din unt sărat rămâne simbolul etern, mângâierea absolută. Căreia nu îi poţi rezista." (n.t.)

- **Du profane au sacre**

[CBS : 36] « Lorsqu'un Parisien lit « Caramel au beurre salé » sur une carte de desserts, il éructe un irrépressible « Oh, caramel au beurre salé… » À cet instant, la partie est déjà jouée. Le sel par magie a fait table rase du sucre et de la décadence. Le Parisien est libéré. Ainsi soit-il. » / „Atunci când un parizian citeşte „Caramel cu unt sărat" pe un meniu de deserturi, izbucneşte de îndată „*Oh, caramel cu unt sărat*…". În clipa aceea, jocul

[1] Le *bigouden* est définit comme « De la région sud-ouest du Finistère » *(pays bigouden)* (www.larousse.fr).

BDD-A30666 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:49:26 UTC)

s-a terminat. Prin magie, sarea a făcut să dispară orice urmă de zahăr şi de cădere în ispită. Parizianul s-a mântuit. Amin." (n.t.)

- **Caramel au beurre salé - un peu de didacticité … (socio)culturelle**

[CBS : 37] Conseil utile : « En matière de caramel au beurre salé, Henri le Roux est la référence… / Sfat : „În materie de caramel cu unt sărat, Henri le Roux este punctul de referinţă…" (n.t.)

[CBS : 37] « Parlez parisien : « C'était servi avec une boule de caramel au beurre salé … hyperbon ! J'adore le caramel au beurre salé ». / „Vorbiţi ca un parizian : „Ne-au servit alături o cupă de caramel cu unt sărat… superbun! Ador caramelul cu unt sărat." (n.t.)

III.2. Progression thématique du culturème *Berthillon*

- **Entérinement de la gloire**

[B : 80] « À l'évidence, on trouve les meilleures glaces au monde à Paris, chez Berthillon. L'adresse est connue de tous les Parisiens, sans exception. Berthillon est l'un des rares luxes que tous les Parisiens peuvent s'offrir. La grâce de Berthillon tient dans ses glaces et sorbets. Mais l'expérience Berthillon dépasse les plaisirs glacés : le plaisir Berthillon se tricote en patience, il débute dans l'attente. » / „Fără îndoială, cele mai bune îngheţate din lume se găsesc la Paris, la Berthillon. Toţi parizienii, fără excepţie, cunosc această adresă. Îngheţata Berthillon este unul dintre puţinele luxuri pe care toţi parizienii îl au la îndemână. Distincţia numelui Berthillon este dată de îngheţatele şi sorbeturile sale. Însă experienţa Berthillon trece dincolo de plăcerile îngheţate: pentru a simţi plăcerea Berthillon se cere să ai multă răbdare, ea se naşte în timp ce aştepţi. (n.t.)"

- **Berthillon – signe de distinction**

[B : 80] « Une fois servi, le Parisien se promènera sur l'île Saint-Louis avec sa glace et demandera systématiquement à son co-Berthilloneur : « *C'est bon ?* » Lui: « *C'est super bon.* » C'est là l'un des seuls moments où le Parisien se comporte exactement comme un touriste. Il s'en ravit, se promenant, le cœur léger, le temps d'une glace. […] Il est une forme de fierté à acheter une glace Berthillon. Cet achat, pour modique qu'il soit, rend le Parisien tout à la fois très sophistiqué, très distingué, très ancré et très riche. » / „Cu îngheţata în mână, parizianul va hoinări pe Insula Saint-Louis şi îşi va întreba din când în când tovarăşul de plimbare care savurează şi el o îngheţată Berthillon: E bună? Acesta: E superbună! Iată unul dintre puţinele momente în care parizianul se comportă exact ca un turist. Se extaziază, plimbându-se, cu inima uşoară, cât savurează o îngheţată. […] Să cumperi o îngheţată Berthillon este un act de mândrie. Oricât de modică ar fi suma cheltuită, ea face din parizian o persoană deosebit de sofisticată, distinsă, bogată, într-un cuvânt: un Parizian." (n.t.)

- **Berthillon - moyen de préservation d'un style de vie**

[B : 81] « Mais continuant de choisir, face à l'armada marketing des grandes chaînes, une petite entreprise familiale qui s'est toujours refusée à la production de masse, le Parisien sait inconsciemment qu'il s'offre plus qu'un petit plaisir. Il défend là une certaine forme de civilisation. Une certaine idée du monde. Une certaine idée de Paris. » / „Însă, prin faptul că, în faţa ofensivei de marketing a marilor producători, parizianul alege în continuare o mică afacere de familie care a refuzat dintotdeanua să intre în producţia de masă, în sinea lui el ştie că face mai mult decât să îşi ofere o mică plăcere. El apără astfel o anumită formă de civilizaţie. O anumită idee despre lume. O anumită idee despre Paris." (n.t.)

BDD-A30666 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:49:26 UTC)

- **Berthillon - un peu de didacticité … (socio)culturelle**

[B : 81] « Conseil utile : « Allez-y le soir : une glace Berthillon, Notre-Dame, l'île Saint-Louis et le silence sous le ciel de Paris sont un vrai pansement à l'âme. » / „Duceţi-vă pe înserat: O îngheţată Berthillon, Notre-Dame, insula Saint-Louis şi liniştea sub cerul Parisului – o adevărată alinare pentru suflet." (n.t.)

[B : 81] « Parlez parisien : Berthillon?! Eh bah ça va, tu te fais un plaisir… » / „Vorbiţi ca un parizian: „Berthillon?! Ei hai, ne facem şi noi o plăcere." (n.t.)

IV. En guise de conclusion

Notre étude représente une invitation à un certain type de lecture tout à fait particulier qui privilégie manifestement l'interculturel et la mise en valeur des éléments sociolinguistiques et socioculturels qu'on découvre par le biais des culturèmes.

Les échantillons que nous avons choisis, des extraits de deux textes signés par Olivier Magny révèlent des images socioculturelles distinctes et l'acte de traduction ne fait que souligner les différences qu'on peut y découper pour constater qu'on a affaire à un phénomène linguistique spécifique : l'impossibilité d'avoir une équivalence sémantique parfaite, fait constaté non seulement à cause du manque des réalités sociolinguistiques identiques, mais aussi à cause des réalités sociales propres à deux espaces francophones qui ne partagent pas les mêmes références.

L'élément subjectif joue un rôle extrêmement important dans le décodage correct des culturèmes envisagés, ayant souvent un caractère didactique, facilement reconnaissable par le biais des explications offertes de manière (in)directe.

Bibliographie

BENKO, Otto, (1985), „Culturema sau despre iradiaţiile mesajului receptat", dans *Cultură, model, educaţie permanentă. Aspecte actuale ale educaţiei permanente*, Tipografia Universităţii din Timişoara, pp. 5-14.

CHARAUDEAU, Patrick, MAINGUENEAU, Dominique (coord.), (2002), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil.

GALISSON, Robert, (1987), « Accéder à la culture partagée par l'entremise des mots à CCP », dans *Études de Linguistique Appliquée*, n°67, Paris, Klincksieck, pp. 119-140.

HALL, Edward T., (1976), *Beyond Culture*, New York, Doubleday.

KNOX, Edward, (2003), "A Literature of Accommodation", dans *French Politics, Culture & Society in Special Issue: Déjà Views: How Americans Look at France*, pp. 95-110.

LUNGU BADEA, Georgiana, (2001), *Mic dicţionar de termeni utilizaţi în teoria, practica şi didactica traducerii*, Timişoara.Editura Universităţii de Vest.

LUNGU BADEA, Georgiana, (2012), « Le culturème, une pierre angulaire de la traduction ? », dans *Comunicare instituţională şi traductologie*, Timişoara, Editura „Politehnica", pp. 209-216.

MAINGUENEAU, Dominique, (2005), *Analyser les textes de communication*, Paris, Armand Colin.

OSEKI-DEPRE, Inês, (2011), *Théories et pratiques de la traduction littéraire,* Paris Armand Colin.

SARDIN, Pascale, (2013), *La cohérence discursive à l'épreuve : traduction et homogénéisation,* Presses de la Sorbonne Nouvelle.

Corpus d'étude :

MAGNY, Olivier, (2010), *Dessine-moi un parisien*, Editions 10/18, Département d'Univers Poche.

MAGNY, Olivier, (2011), *Stuff Parisians Like,* New York, Penguin.

BDD-A30666 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:49:26 UTC)

Sitographie :

www.berthillon.fr
www.caramelaubeurresale.net
www.larousse.fr
www.odelices.ouest-france.fr

BDD-A30666 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:49:26 UTC)