

Discours spécialisés et Langues a Faible Diffusion (LFD)

ETUDE DE CAS

**Deliana VASILIU, ASE, Bucarest,
ROUMANIE**

deliadvdelia@gmail.com

1. L'avenir des LFD européennes et leurs discours spécialisés. Etat des lieux

« Il s'agit de ne diaboliser, ni canoniser, aucune langue. Ni anges ni démons, les langues ressortiraient plus fortes de leur mise en perspective historique et politique. »

Michele Gendreau- Masaloux, 2004

A. Questionnements

- **le devenir des différences linguistiques européennes** (l'Europe – terre de multiculturalisme, de traduction et de plurilinguisme → quels moyens pour vivre/ survivre/renaître ?)
- **le réalisme/l'irréalisme des solutions du multi/plurilinguisme généralisé et de la traduction exhaustive** (U. Eco: « *La langue de l'Europe, c'est la traduction* »)
- **la circulation *de facto* des langues européennes**
- **sentiment d'insécurité, de danger → le besoin de protéger, sauvegarder**
- **élargir la recherche : la terminologie roumaine de l'acquis communautaire → les discours de spécialité en roumain aujourd'hui**

1. L'avenir des LFD européennes et leurs discours spécialisés. Etat des lieux

B. QUI ? QUOI ? OÙ ? QUAND ? POURQUOI ? COMMENT ?

➤ QUI protéger ?

- toutes les langues (européennes) = patrimoine universel
- les « petites » langues = langues minoritaires/ langues en danger/langues menacées (langues régionales, dialectes, patois) = langues semi-/ non-/officielles
- les trois « grandes » langues (FR, ES, PG) → le risque de Yalta linguistique (J.L.Calvet)
- les langues « intermédiaires » = langues nationales, officielles, des Etats
 - toutes les langues européennes « de traduction » (langues générales + de spécialité) (hormis l'EN, le FR, l'AL) = des LFD

1. L'avenir des LFD européennes et leurs discours spécialisés. Etat des lieux

➤ protéger contre QUOI ?

- le danger de marginalisation/appauvrissement/minorisation/ simplification (par rapport à la langue immédiatement « supérieure ») → disparition = l'unilinguisme (voir le « modèle gravitationnel » de L.-J.Calvet, 1999) : « Autour d'une langue hypercentrale (l'anglais) gravitent ainsi une dizaine de langues super-centrales (le français, l'espagnol, l'arabe, le chinois, le hindi, le malais, etc.) autour desquelles gravitent cent à deux cents langues centrales qui sont à leur tour le pivot de la gravitation de quatre à cinq mille langues périphériques »
- les LFD (langues nationales) menacées en Europe (OÙ ?)/ aujourd'hui (QUAND ?)/ par la langue globale = le globish ("l'anglais planétaire du troisième millénaire"/ "l'English light")

1. L'avenir des LFD européennes et leurs discours spécialisés. Etat des lieux

- le « vrai » En = langue « globale » → **POURQUOI ?**
 - le schéma à trois niveaux : langue internationale, langue de l'Etat, langue grégaire → Contrairement au Discours Politico-Linguistiquement Correct (PLC), du point de vue fonctionnel « les langues sont fondamentalement inégales » (J.L.Calvet, 2004)
 - l'EN aujourd'hui = « hyperlangue » (comme le latin autrefois) = outil de communication généralisé + enjeu politique

1. L'avenir des LFD européennes et leurs discours spécialisés. Etat des lieux

○ risques: les LFD VS l'EN

- *la langue unique = la pensée unique* (« seuls les gens mal informés pensent qu'une langue sert seulement à communiquer. Une langue constitue aussi une manière de penser, une façon de voir le monde, une culture », Claude Hagège, 2012)
- **faute de « production conceptuelle », les LFD = « clones de l'anglais »** (J.M. Munoz et M.V. Blanco, 2011)
- **« l'effet de domination dans la circulation internationale des concepts » = une sorte de « rupture dans la chaîne conceptuelle d'une culture et l'expression d'une marque de dépendance conceptuelle et culturelle par rapport à un hypercentre extérieur»** (Ch. Tremblay, 2008)
- **les retombées linguistiques de la mondialisation/internationalisation du savoir, du travail, de la consommation sur les LFD**
- « La course vers l'unilinguisme se fait par l'élimination des langues à faible diffusion [patois ou dialectes] d'abord, puis des autres, jusqu'à l'unilinguisme » (Al. Bétemps, 2006)

1. L'avenir des LFD européennes et leurs discours spécialisés. Etat des lieux

➤ COMMENT protéger les LFD?

○ les laisser vivre leur vie

- les langues et les cultures sont « mortelles », cycliques (pas la faute des langues « dominantes »)
- arguments d'ordre géopolitique dans le monde multipolaire du XXI^e siècle ou s'affirment déjà les langues « émergentes » : l'espagnol, le chinois, le hindi, le portugais → « Le tout-anglais n'est pas une solution d'avenir, mais une impasse, comme les anglophones sont en train de s'en rendre compte à leurs propres dépens » = « chronique d'une mort annoncée » (Michael Oustinoff, 2015)
- arguments de l'évolution d'Internet (de 85% à 40% sites en EN : le tout anglais est un mythe)

1. L'avenir des LFD européennes et leurs discours spécialisés. Etat des lieux

- **sauvegarder toutes les langues selon la logique du combat pour la biodiversité** (Al. Bétemps, 2006)
 - « Tout le monde ou presque est d'accord sur le fait qu'on doive sauvegarder la flore et la faune jusqu'à l'espèce la plus petite et, apparemment, la plus inutile. Le même principe appliqué aux langues et aux cultures a eu plus de mal à percer »
 - « Si on accepte que le plus fort absorbe le plus faible, même involontairement, c'est la loi de la jungle qu'on accepte et un patrimoine considérable de civilisation, accumulé par l'histoire, notre histoire d'Européens plus précisément, est gaspillé. Sans compter que le plus fort aujourd'hui sera peut-être le plus faible demain... »

1. L'avenir des LFD européennes et leurs discours spécialisés. Etat des lieux

- **pallier aux urgences : les Etats doivent faire des choix en matière de politiques linguistiques**
 - **impossible, voire inutile, en termes de moyens, efforts, etc. de tout sauvegarder**
 - **les langues nationales européennes (en tant que LFD) = les plus vulnérables à l'homogénéisation accélérée créée par la logique économique mondialisée**
 - **consolider une spirale vertueuse : les LFD européennes = des langues vivantes, réceptives et ouvertes, capables d'évoluer en contact avec les réalités changeantes et les autres langues → permettre le développement de langages spécialisés cohérents, dans le respect du génie de chacune → des LFD innovantes, saines**

2. LE ROUMAIN DE SPÉCIALITÉ AUJOURD'HUI. Quelques constats

A. L'état des discours spécialisés du roumain 10 ans après l'adhésion à l'UE et plus de 25 ans après la chute du communisme

- ouverture politique, sociale, culturelle, donc aussi linguistique vers le monde
- contacts démultipliés avec des réalités socio-culturelles et économiques nouvelles → multiplication des échanges, circulation des idées/ personnes
- contact réel avec/entre une multitude de langues → modernisation linguistique, enrichissement du vocabulaire général (déterminologisation)

2. LE ROUMAIN DE SPÉCIALITÉ AUJOURD'HUI. Quelques constats

- les discours spécialisés/les terminologies illustrent cette connexion, harmonisation *sine qua non* (emprunts, créations internes, sens nouveaux)
- **analyses récentes des discours de spécialité roumains mettent en avant les solutions apportées aux besoins terminologiques spécifiques dans différents domaines et contribuer par-là à la qualité de la communication spécialisée en roumain**
- **visée socio-terminologique : cibler les emprunts à l'anglo-américain VS aux langues néolatines (fréquence, acceptabilité, adaptation, assimilation, intégration)**

2. LE ROUMAIN DE SPÉCIALITÉ AUJOURD'HUI. Quelques constats

B. Analyses de discours spécialisés roumains : deux cas de figure

1. études de cas terminologiques ponctuelles

➤ Divers domaines :

- **Publicité et marketing** (Corina Cilianu-Lascu, *Caractéristiques des emprunts d'origine anglo-américaine dans le domaine de la publicité*, 2011)
- **Presse écrite** (Ioana-Cristina PÎRVU, *Neologisme journalistice*, 2009)
- **Finances et Administration publique** (A. Lorentz, D. Vasiliu, *La création néologique dans le domaine des finances. Etude de cas comparative à partir de la presse roumaine et française*, 2013. C. Lascu-Cilianu, A. Lorentz, D. Vasiliu, *Normalisation de la terminologie néolatine des finances en Roumanie. Etat des lieux et perspectives*, 2014)

2. LE ROUMAIN DE SPÉCIALITÉ AUJOURD'HUI. Quelques constats

- **Informatique** (Luminta Panait, *La terminologie informatique (traduction/emprunt) en roumain*, 2002)
- **Médecine vétérinaire** (Corina Abraham Barna, *Ressources officielles de terminologie, à l'usage des terminologues, des traducteurs et des interprètes*, 2010)
- **Mathématiques** (Cristina-Alice Toma, *Terminologia ca vector al culturii matematice la granița dintre milenii*, 2010)
- **Droit** (Cristina Veleanu, *Modernisation des langues de spécialité : les langues latines juridiques et l'anglais*, 2011 ; Adriana Sferle, *Néologie juridique en roumain*, 2009)

2. LE ROUMAIN DE SPÉCIALITÉ AUJOURD'HUI. Quelques constats

- **Constats retenus** (en rapport avec notre visée) :
 - la pratique du double emploi : les anglicismes entre professionnels (prestige, économie, VS les doublets roumains à l'extérieur (textes normatifs, information clients, etc.) → amalgame/confusion de variantes, doublets, triplets... + difficultés d'orthographe, prononciation = méli-mélo calamiteux pour la profession (publicité, marketing, finances)
 - préférence pour les termes « opaques » en mesure de garder l'aura de terme spécialisé **VS** la « traduction » du xénisme par des mots courants est perçue comme « non-spécialisé »
 - adaptation plus ou moins aisée à l'orthographe, à la prononciation et à la flexion du roumain → indication de prononciation à l'anglaise

2. LE ROUMAIN DE SPÉCIALITÉ AUJOURD'HUI. Quelques constats

- intégration plus lente, moins naturelle des terminologies roumaines d'origine anglaise
- la lisibilité des textes destinés au grand public (média) est affectée = « globalisation agressive » → faute d'assimilation correcte/cohérente la communication en pâtit
- l'urgence d'améliorer la qualité de la terminologie (transparence, cohérence, efficacité, etc.) **VS** « néologie sauvage » → « une panique dénominatoire » chez les usagers, blocage de la communication avec le public
- la terminologie juridique en roumain sous l'influence modernisatrice du FR (XIXe-XXIe s.)
- textes réglementaires où l'influence de l'EN est relativement importante : droit commercial, commerce international, finances

2. LE ROUMAIN DE SPÉCIALITÉ AUJOURD'HUI. Quelques constats

2. La version en roumain de l'acquis communautaire

- entreprise d'envergure, sans précédent (pdv quantité, diversité, moyens humains et matériels, enjeux)

- la qualité/les enjeux des traductions/terminologies produites :
 - *Dinamica terminologiilor românești sub impactul traducerii „acquis”-ului comunitar* (Ileana Busuioc, 2003)
 - *Éléments d'eurojargon dans le roumain actuel* (Silvia Pitiriciu, 2008)
 - *Modernisation des langues de spécialité : les langues latines juridiques et l'anglais* (Corina Veleanu, 2013)
 - *Traduction spécialisée et terminologie néolatine. Le cas de la version en roumain de l'acquis communautaire* (Delia Vasiliu, 2015)

2. LE ROUMAIN DE SPÉCIALITÉ AUJOURD'HUI. Quelques constats

➤ **Constats retenus:**

- la version en roumain de l'acquis communautaire, l'urgence et l'ampleur de la tâche = coup de pouce pour la création néologique, réelle dynamique des terminologies dans la quasi-totalité des domaines spécialisés → faute d'harmonisation, normalisation, quel avenir pour ce qui pourrait/devoir devenir des « terminologies officielles », les futures terminologies institutionnelles roumaines?
- le roumain juridique (à travers la version en roumain de l'acquis communautaire) semble montrer « une perméabilité assez relative aux influences anglophones » (C. V.)
- l'existence d'une « hyperlangue » de rédaction (80% en EN) **VS** les langues de traduction

2. LE ROUMAIN DE SPÉCIALITÉ AUJOURD'HUI. Quelques constats

- la langue-source de traduction pour la législation européenne est « visible » dans les versions en langues néolatines (RO, ES, IT, PG)
- inadvertances, imprécisions, dissymétries, fluctuations traductologiques-terminologiques (la plupart signalées dans « le Rapport de la Commission européenne », 2009) dues à l'existence de :
 - cultures juridiques différentes en présence, rédacteurs non-natifs (Rapport:56, 55)
 - stratégies traductives discutables, à risque (Rapport:54)
 - prises de conscience, efforts de réparation tardifs (Rapport:56)
- le passage de plus en plus fréquent (via les media) des termes de l'eurojargon à la langue générale

3. Etude de cas

- **Objectif** : identifier, décrire et analyser la présence d'anglicismes dans le roumain de spécialité actuel par rapport à la néologie néolatine
- **Corpus** : issu de différents types de textes relevant de différentes situations de **communication et appartenant à deux discours spécialisés distincts (voire opposés)** :
 - I. **le discours de la fonction publique (FP)**
 - **orienté vers les citoyens-bénéficiaires**
 - **le grand public**
 - II. **le discours de la publicité (P)**
 - **orienté vers les clients- partenaires**
 - **les autres professionnels**

3. Etude de cas

- **Le corpus retenu est issu pour les deux domaines analysés (FP et P) de trois grands types de textes :**
 - A. la législation européenne (Rapports, Directives, etc.)**
 - B. la législation roumaine**
 - C. revues de spécialité, guides, brochures, blogs, etc.**

- **Méthodologie : cibler les emprunts à l'anglo-américain VS aux langues néolatines (fréquence, acceptabilité, adaptation, assimilation, intégration)**

3. Etude de cas

I. A.

➤ Textes de la législation européenne (en affichage multilingue : RO, FR, EN)

- RO. - DECIZIA (UE) 2015/2240 A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI din 25 noiembrie 2015 de instituire a unui program privind soluțiile de interoperabilitate și cadrele comune pentru administrațiile publice europene, întreprinderi și cetățeni (programul ISA2) ca mijloc de modernizare a sectorului public
- FR. - DÉCISION (UE) 2015/2240 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 25 novembre 2015 établissant un programme concernant des solutions d'interopérabilité et des cadres communs pour les administrations publiques, les entreprises et les citoyens européens (programme ISA2) en tant que moyen pour moderniser le secteur public
- EN. - DECISION (EU) 2015/2240 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 25 November 2015 establishing a programme on interoperability solutions and common frameworks for European public administrations, businesses and citizens (ISA2 programme) as a means for modernising the public sector

➤ Exemples :

- potențialul guvernării electronice/ le potentiel de l'administration en ligne / the potential of e-government
- ...sistemul dactiloscopic european / système européen de comparaison des empreintes digitales / the European dactyloscopy system
- portalul european e-justiție/ le portail e-Justice européen/ the European e-Justice Portal
- servicii front-office comune/ services de guichet communs/ common... front-office services
- prin intermediul back-office-urilor administrațiilor publice europene/ entre les services d'arrière-guichet des administrations publiques européennes/ through the back offices of European public administrations

3. Etude de cas

➤ Remarques :

- **l'affichage multilingue** (proposé par le site eur-lex.europa.eu) permet de :
 - mieux saisir l'influence subie par la terminologie néologique roumaine du domaine
 - identifier au cas par cas la langue de rédaction de la législation européenne
 - reconnaître l'existence ou non d'un écart par rapport à « la règle » de création néologique du domaine
- **deux cas de figure** identifiés dans l'analyse de la terminologie retenue de la version en roumain des textes du domaine :
 - les langues de traduction (le RO et le FR) reprennent souvent la terminologie anglaise de la langue de rédaction
 - la version en RO préfère assez souvent reprendre le terme anglais (avec ou sans modification) au lieu de créer un néologisme (le plus souvent un calque) comme le FR

3. Etude de cas

I. B.

➤ Texte de la législation roumaine:

- Legea nr. 215 din 2001 a administratiei publice locale (publicata in Monitorul Oficial nr. 204 din 23 aprilie 2001)

➤ Exemple (fragment) :

- « Constitueie patrimoniul al unitatii administrativ-teritoriale bunurile mobile si imobile care apartin domeniului public al unitatii administrativ-teritoriale, domeniului privat al acesteia, precum si drepturile si obligatiile cu caracter patrimonial. »

➤ Remarques :

- pratiquement pas d'anglicismes du tout
- la néologie terminologique ne s'écarte pas du tout de la « règle » de création néologique du domaine, ce qui rend très transparents la quasi-totalité des syntagmes du paragraphe ci-dessus : *patrimoniul al unitatii administrativ-teritoriale, bunurile mobile si imobile, domeniul public al unitatii administrativ-teritoriale, domeniului privat, drepturile si obligatiile cu caracter patrimonial*

3. Etude de cas

I.C.

- **Textes de revues de spécialité, guides, brochures, blogs, etc.**
 - *Inovatie si calitate in sectorul public. Ghid de bune practici* (guide en ligne)
- **Exemple** (le titre du projet présenté) :
 - « Modernizarea Managementului Resurselor Umane in cadrul functiei publice in Romania »
- **Remarques :**
 - pas d'écart par rapport à « la règle » de création néologique du domaine : le titre du projet est édificateur (néologie terminologique néolatine exclusive)
 - dans le texte :
 - néologie néolatine - 85% ; anglicismes - 2% (*sustenabilitate/sustainability vs viabilité ou durabilité, en FR.*)
 - calque néolatin ou autre, assez fréquent - 13% (*pilon/pilier/pillar ; bune practici/bonnes pratiques/good practices*)

3. Etude de cas

II.A.

➤ Textes de la législation européenne (en affichage multilingue : RO, FR, EN)

○ Texte 1

- RO. - DIRECTIVA 2010/13/UE A PARLAMENTULUI EUROPEAN ȘI A CONSILIULUI din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de **servicii mass-media audiovizuale** (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale)
- FR. - DIRECTIVE 2010/13/UE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de **services de médias audiovisuels** (directive «Services de médias audiovisuels»)
- EN. - DIRECTIVE 2010/13/EU OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 10 March 2010 on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of **audiovisual media services** (Audiovisual Media Services Directive)

3. Etude de cas

➤ Exemples:

- jocurile online și motoarele de căutare / les jeux en ligne et les moteurs de recherche/ on-line games and search engines
- spoturilor de teleshopping, spoturilor publicitare și altor forme de publicitate, pe de o parte, și ferestrele de difuzare consacrate teleshoppingului, pe de altă parte/spots de téléachat, aux spots publicitaires et aux autres formes de publicité et, d'autre part, le temps de transmission consacré aux fenêtres d'exploitation pour le téléachat/ teleshopping spots, advertising spots and other forms of advertising on the one hand and, on the other, transmission time devoted to teleshopping windows
- „comunicație audiovizuală cu scop comercial mascat”/ «communication commerciale audiovisuelle clandestine» / ‘surreptitious audiovisual commercial communication’
- “sponsorizare”/«parrainage»/ ‘sponsorship’
- „teleshopping”/ «téléachat»/ ‘teleshopping’
- „poziționare de produse” / «placement de produit»/ ‘product placement’

3. Etude de cas

○ **Texte 2**

- Ro. – DIRECTIVA 2003/33/CE A PARLAMENTULUI EUROPEAN SI A CONSILIULUI din 26 mai 2003 privind armonizarea actelor cu putere de lege și a actelor administrative ale statelor membre in materie de publicitate si sponsorizare in favoarea produselor de tutun
- FR. – Directive 2003/33/CE du Parlement européen et du Conseil du 26 mai 2003 concernant le rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres en matière de publicite et de parrainage en faveur des produits du tabac
- EN. – Directive 2003/33/EC of the European Parliament and of the Council of 26 May 2003 on the approximation of the laws, regulations and administrative provisions of the Member States relating to the advertising and sponsorship of tobacco products

➤ **Exemples:**

- Se interzice orice formă de **publicitate radiodifuzată** în favoarea produselor din tutun/
Toutes les formes de **publicité radiodiffusée** en faveur des produits du tabac sont interdites/All forms of **radio advertising** for tobacco products shall be prohibited
- **Emisiunile de radio** nu pot fi **sponsorizate**/ **Les émissions radiodiffusées** ne font pas **l'objet d'un parrainage**/ **Radio programmes** shall not be **sponsored**

3. Etude de cas

➤ Remarques pour les Textes 1 et 2:

- **l’affichage** multilingue ne permet plus de saisir facilement l’influence subie par la terminologie néologique roumaine du domaine

- la langue de rédaction de la législation européenne est moins évidente
 - « la règle » de création néologique à l’œuvre dans les discours spécialisés roumains semble bouleversée
 - plusieurs cas de figure identifiés dans l’analyse de la terminologie retenue de la version en roumain des textes de la P. :
 - la version en RO reprend le plus souvent le terme anglais (avec ou sans modification),
 - plus rarement, la version en RO reprend le terme français
 - encore plus rarement, la version en RO crée un néologisme (soit un calque, soit un terme d’explication)

3. Etude de cas

II.B.

➤ Texte de la législation roumaine:

- Proiect de lege cu privire la publicitate, 08.05.2014

➤ Exemples (fragments) :

- « **Articolul 1.** Noțiuni de bază

În sensul prezentei legi, se definesc următoarele noțiuni:

- *difuzor de publicitate* - persoana care asigură plasarea și difuzarea publicității (informației publicitare) prin orice mijloc de informare;
- *firmă* - orice inscripție, formă sau imagine atașată unei clădiri, cu referire la un operator economic sau la o activitate care se desfășoară în interiorul clădirii;
- *furnizor de publicitate* - persoana ce constituie sursa sau obiectul informației publicitare destinate producerii, plasării și difuzării ulterioare a publicității;
- **mesh** - suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat cum ar fi plasa fină, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri;
- *mijloace de publicitate* - ansamblu de elemente și construcții folosite în scopul de prezentare a publicității;

3. Etude de cas

- *producător de publicitate* - persoana care conferă informației publicitare forma necesară difuzării;
- *publicitate* - informația comunicată în cadrul unei activități care are ca scop promovarea de bunuri, servicii, persoane, idei sau evenimente contribuind la comercializarea lor, ridicarea prestigiului și la suscitarea sau susținerea interesului public;

- Reguli de utilizare a mobilierului urban ca suport publicitar

- (1) Pot fi utilizate ca suport publicitar următoarele tipuri de mobilier urban: adăposturile destinate publicului/stațiile de autobuz, chioscurile de ziare și alte chioscuri cu activități comerciale, **coloanele port-afiș**, cabinele telefonice și altele asemenea, cu respectarea prevederilor Regulamentului local privind amplasarea mijloacelor de publicitate »
- « **Articolul 24. Reguli de amplasare a bannerelor și steagurilor publicitare**
- (5) Sunt exceptate de la prevederile alin. (1)-(3), **steagurile publicitare** amplasate în incintele centrelor comerciale, **supermagazinelor, hipermagazinelor**, parcurilor comerciale, parcurilor industriale »

3. Etude de cas

« Articolul 25. *Reguli de amplasare a mesh-urilor*

•(1) Este permisă amplasarea **de mesh-uri și mesh-uri digitale**, în următoarele situații [...] »

➤ **Remarques :**

- sur le texte de 16 pages, 2 anglicismes :
 - **mesh/ -urilor** avec explication dans l'Article premier réservée à l'énumération des notions de base (« suport pentru mesajul publicitar confecționat din material sintetic perforat cum ar fi plasa fina, de obicei de mari dimensiuni, fixat pe clădiri »)
 - **bannere/-lor** (« Reguli de amplasare a bannerelor și steagurilor publicitare »)
- effort visible du législateur de se faire comprendre dans une matière spécialisée, quitte à créer des calques plutôt inhabiles (« steaguri publicitare »)

3. Etude de cas

II. C.

➤ **Textes de revues de spécialité, guides, brochures, blogs, etc.**

➤ **Exemples :**

○ **Texte 1 : article en ligne:**

- « Intr-o **agentie de publicitate**, misiunea **Art Director-ului** se impleteste strans cu cea a **Copywriter-ului** pe tot parcursul procesului de creatie, de la generarea IDEII din perspectiva **brief-ului** si strategiei de creatie pana la dezvoltarea acesteia in forma finala. **Art Director-ului** ii revin urmatoarele atributii si responsabilitati... »

○ **Texte 2 : site des professionnels :**

- « Există o linie fină între un **art director** și un **creative director**. »

3. Etude de cas

- **Texte 3 : article de magazine en ligne** (consacré à la rémunération des professionnels du domaine)

- l'article énumère les professionnels et, à une exception près, n'utilise pratiquement pas de mots en roumain:

« un client service director /un copywriter sau un art director/account manager **din departamentul de** client service/un junior copywriter/un junior account executive/un account/un senior copywriter/un ilustrator/un junior art/un print producer/un production designer/un junior DTP/un senior DTP/un junior PR executive/un senior PR executive »

- **Texte 4 : dictionnaire de publicité en ligne**

En exemple, les six premiers termes :

« - **A&P** (Prescurtare uzuala in limba engleza care desemneaza departamentele de publicitate (advertising) si promovare (promotion), specifice marilor companii.)

- **AVS Ratio** (O metoda de a aproxima bugetele de publicitate sau de a verifica daca investitia in publicitate este proportionala.)

- **Abandon al produsului** (Decizie strategica de retragere a unui produs/marci de pe piata, in urma evaluarii consecintelor negative - financiare, comerciale, tehnologice si umane - ale mentinerii sale.)

3. Etude de cas

- **Above-the-Line Advertising** (Tipul de advertising care implica una dintre cele cinci tipuri de media traditionale: presa, televiziunea, radioul, cinematograful, posterele.//It is considered to be the advertising which employs one of five traditional media - the press, television, radio, cinema and posters.)
- **Absolute Cost Advantage** (Avantajul de cost al unei companii fata de alta atunci cand exista o sursa mai ieftina de materie prima, un control mai bun al cunostintelor superioare autorizate si al altor drepturi de proprietate intelectuala, fabricatie mai ieftina, costuri de asamblare mai mici sau orice alt beneficiu similar.//The cost advantage of a company over another when it has a cheaper source of raw materials, control of superior knowledge through patents, and other intellectual property rights, cheaper manufacturing or assembly costs, and any other similar benefits.)
- **Absolute Costs** (Nivelul minim de costuri pe care o organizatie trebuie sa le suporte pentru a se mentine pe piata.//The minimum level of costs that an organisation must bear in order to remain in business.) »

3. Etude de cas

- **Texte 5 : Blog** (article *Tipuri de conținut vizual cu studii de caz*, novembre 2015, Robert Katai):
 - «De aceea pe **blog** și Pinterest am uploadat tot **infographicul** (în formatul inițial) iar pentru **Slideshare** am vrut să îi schimbăm formatul. Așadar, l-am împărțit în **layere** și l-am pregătit într-o formulă simplă de prezentare. În nici 24 de ore am primit un **e-mail** că am fost feature-uiți pe **homepage-ul** lor în categoria de **Social Media**. »

➤ **Remarques :**

- **écart total** par rapport à « la règle » de création néologique du domaine (néologie terminologique néolatine dominante)
- les intitulés des professions du domaine sont quasi exclusivement en anglais
- les professionnels du domaine écrivent (en ligne, le plus souvent) pour les professionnels du domaine (les tiers sont exclus !)

3. Etude de cas

- les professionnels du domaine semblent conscients de cette « exclusion » et tentent d'y remédier par l'explication (voir le Dictionnaire) et presque jamais par la création néologique
- dans le Dictionnaire de publicité, pour la seule lettre A, sur 163 mots, seulement 30 sont roumains (18,4%), les autres sont des termes anglo-américains, mais chaque terme renvoie à sa définition (uniquement en roumain pour les termes roumains, en roumain et en anglais pour les termes anglais) et à un/plusieurs articles où le terme a été utilisé
- à remarquer notamment dans le texte du blog les deux verbes inexistantes, imprononçables et incompréhensibles en roumain : « ***a uploada*** » et « ***a featuri*** »
- tentative d'adaptation morphologique au roumain de ces mêmes verbes utilisés au passé composé et/ou à la voix passive
- certaines phrases sont complètement opaques en roumain et parfois involontairement mais carrément humoristiques (voir le blog)

4. En guise de conclusion

➤ **Mises en garde**

- ✓ **les risques de la langue « unique » comme base de traduction**
- ✓ **le paradoxe (pour les textes de la législation européenne): multilinguisme prôné VS monoglossie pratiquée → risque: culture d'hybridation**
- ✓ **inadvertances, imprécisions, dissymétries, fluctuations traductologiques-terminologiques**
- ✓ **intégration plus lente, moins naturelle des terminologies d'origine anglaise**

4. En guise de conclusion

- ✓ **en cas de doublets d'origine néolatine et anglaise, les textes législatifs européens diffusent le néologisme néolatin VS l'anglicisme est diffusé par les spécialistes, medias, milieux professionnels informels**
- ✓ **préférence des professionnels pour les termes « opaques » en mesure de garder l'aura de terme spécialisé**
- ✓ **adaptation plus ou moins aisée des anglicismes à l'orthographe, à la prononciation et à la flexion du roumain avec fréquemment indications de prononciation à l'anglaise**
- ✓ **le transfert fréquent de « formes » dépourvues (encore !) de « contenus »**

4. En guise de conclusion

➤ Pistes de recherche et d'action

- ✓ **études comparatives sur des corpus importants de terminologies néolatines multilingues à partir de textes législatifs européens par domaine, en rapport avec les terminologies respectives en FR → analyse des résultats → mesures de politiques linguistiques européennes**
- ✓ **collaboration institutionnelle urgente et efficace entre terminologues, spécialistes, utilisateurs et diffuseurs (notamment, les médias)**
- ✓ **l'urgence de réaliser des terminologies normalisées multilingues** → « continuer à étudier, travailler, produire, créer dans nos langues maternelles », autrement dit « vivre harmonieusement la globalisation multilingue » (H. Hudrisier, M. Ben Henda, 2009)
- ✓ **mise en place d'un « relais » francophone pour la traduction du droit communautaire = occasion d'harmonisation et promotion de la terminologie néolatine VS hégémonie de la langue unique**

4. En guise de conclusion

- ✓ la francophonie avec sa politique de défense de la diversité contre l'uniformisation due au « tout anglais » devrait se donner « les moyens d'accéder à une intercompréhension inter-latine ... convaincre que cette véhicularité inter-romane serait également bénéfique à leurs langues, ce qui nous ramène aux jeux à somme positive et sur le refus d'un Yalta linguistique mentionnés précédemment » (L.-J. Calvet, 2005)
- ✓ Pour le mot de la fin,
 - en prolongement du texte mis en exergue : « Il s'agit de ne diaboliser, ni canoniser, aucune langue. Ni anges ni démons, les langues ressortiraient plus fortes de leur mise en perspective historique et politique. »
 - et en réponse à la question sur **COMMENT PROTÉGER LES LANGUES**, que nous nous sommes posée au début, nous estimons qu'il faudrait davantage compter avec nombre de conclusions des **approches sociolinguistiques** dont les analyses approfondies et concertées seraient à même de conduire à des **actions concertées et efficaces au service des langues**. Parmi les plus urgentes pour commencer, nous aussi nous pensons que **les gouvernements ont des choix à faire « quant aux langues nationales de leurs administrations, de la presse, des radios et des télévisions nationales. »** (M. Gendreau-Massaloux, 2004) **Ce serait sûrement une modalité réaliste de protéger et la diversité et le plurilinguisme.**

- GRAZAS
- GRACIES
- GRAZIE
- OBRIGADO
 - MERCI
 - GRACIAS
- MULȚUMESC