

CZU: 81`255.4:641.55:821.133.1

[https://doi.org/10.59295/sum10\(220\)2025_17](https://doi.org/10.59295/sum10(220)2025_17)

IMAGINARUL LINGVISTIC CA FILTRU ÎN TRADUCEREA GASTRONOMIEI HOUELLEBECQUIENE

Natalia MUCERSCHI,*Universitatea de Stat din Moldova*

În acest articol ne propunem să explorăm rolul imaginarii lingvistice, altfel spus ansamblul de asocieri, conotații și referințe culturale legate de un termen, ca filtru determinant în procesul de traducere a terminologiei gastronomice din operele scriitorului francez Michel Houellebecq. Scopul principal este de a identifica și analiza provocările culturale și lingvistice pe care le prezintă referințele gastronomice houellebecquiene, adesea marcate de autenticitate sau, dimpotrivă, de o anumită formă de exoticism cultural, la transpunerea din limba franceză în limba română. În acest sens, ne bazăm pe o analiză comparativă a unor fragmente de referință, urmărind strategiile de traducere adoptate. Venim cu niște reflecții asupra modului în care traducătorul gestionează decalajul cultural și felul în care specificul imaginarii gastronomice al limbii-țintă influențează fidelitatea stilistică și semantică a textului tradus.

Cuvinte-cheie: *imaginar lingvistic, text literar, cultură, exoticism, termeni gastronomici, strategii de traducere.*

THE LINGUISTIC IMAGINARY AS A FILTER IN THE TRANSLATION OF HOUELLEBECQIAN GASTRONOMY

This study proposes to explore the linguistic imaginary's function as a determining filter – that is, the full spectrum of cultural references and connotations attached to a term – in the translation process of the gastronomic terminology found in the works of the French writer Michel Houellebecq. Our main goal is to identify and analyze the cultural and linguistic challenges posed by Houellebecqian gastronomic references, which are often marked by authenticity or, conversely, by a certain form of cultural exoticism, as they are transferred from the French source text into the Romanian target text. To this end, we rely on a comparative analysis of relevant fragments, tracking the translation strategies adopted. Our reflections center on the methods the translator employs to bridge the cultural gap and the resulting impact of the target culture's food imaginary on maintaining the text's stylistic and semantic fidelity.

Keywords: *linguistic imaginary, literary text, culture, exoticism, gastronomic terms, translation strategies.*

Introducere

Traducerea terminologiei gastronomice depășește simpla transpunere a unor denumiri de preparate, ingrediente sau băuturi dintr-o limbă în alta. În calitate de domeniu specializat, gastronomia este purtătoare nu doar de informații tehnice (bucate, rețete, ingrediente, procedee, vinuri, băuturi, gusturi și arome), ci și de conotații culturale și simbolice. Termenii gastronomici activează adesea reprezentări colective, evocă spații geografice, tradiții, obiceiuri și valori identitare.

În acest context, aplicarea teoriei imaginarii lingvistice, formulată de Anne-Marie Houdebine, se dovedește relevantă. Imaginarii lingvistice desemnează ansamblul de reprezentări, afecte și conotații pe care vorbitorii le asociază cu o limbă sau cu un termen. Atunci când într-un text literar se menționează bucate, vinuri sau termeni care le descriu, nu este vorba doar de un vocabular specializat, ci de activarea unor universuri și reprezentări culturale.

Traducătorul este astfel chemat să decidă strategia și procedeele de traducere pe care le va aplica: păstrarea Alterității, integrarea acesteia în sistemul limbii-țintă sau medierea prin explicitări. La rândul său, fiecare strategie de traducere produce un anumit efect asupra imaginarii lingvistice al cititorului. Din această perspectivă, traducerea terminologiei gastronomice devine un act de negociere între fidelitatea tehnică și transmiterea imaginarii culturale, ceea ce deschide un teren de analiză privilegiat pentru cercetarea traductologică.

Ipoteza de lucru de la care pornim în acest studiu este următoarea: traducerea terminologiei gastronomice în literatură reflectă o tensiune constantă între fidelitatea tehnică și transmiterea unui imaginar lingvistic încărcat de valori culturale/simbolice/afective, iar analiza strategiilor și procedeele de traducere poate scoate în evidență modul în care se articulează și se transmite identitatea gastronomică a unei culturi, cu efecte directe asupra construcției imaginii culturii de origine în spațiul limbii-țintă.

Imaginarul lingvistic – de la geneză la dezvoltarea unui concept

Secolul XX este marcat de un elan al teoriilor lingvistice, este o perioadă predominată de studierea rolului limbii și a limbajului în raport cu omul. Limba – obiect de studiu al științelor limbajului – devine obiect de studiu a numeroși savanți și din alte domenii ale științelor umane, care s-au arătat interesați de dimensiunea limbajului în studiile lor. Anii 70-80 ai secolului XX constituie o revenire la acest subiect în cercetarea științifică, apărând, de asemenea, o altă întrebare, la fel de importantă: în ce mod limbile, fie ele scrise sau orale, contribuie la definirea participanților la actul de comunicare și care este rolul acestora. Anume în această perioadă de „neliniște” [1, p. 18] în cercetarea lingvistică, în jurul anului 1975, Anne-Marie Houdebine construiește și lansează conceptul de *imaginar lingvistic*, înțeles ca „raportul pe care o are subiectul vorbitor cu limba” [2, p. 5]. Deși nu s-au oferit multe detalii la început, s-a încercat o împărțire a acestui imaginar în două direcții: una normativă (prescriptivă) și una creativă (ficțională). Această distincție se bazează pe observația că vorbitorii fac adesea referiri la aspecte precum ortografia, istoria limbii (fie ea reală sau imaginară) și gramatica, de obicei, într-un mod riguros, normativ. Pe de altă parte, vorbitorii exprimă și opinii personale, afective sau estetice despre limbă, care țin mai mult de percepția individuală. Mai târziu, Anne-Marie Houdebine intervine cu o definiție mai clară a imaginărilor lingvistice, acesta fiind definit ca „raportul vorbitorului față de limbă (lalangue / Lacan) și față de Limbă (La Langue / Saussure)” [3, p. 79]. În primul caz este vorba de aspectul cât de posibil intim care generează fantasme și ficțiuni ale vorbitorului (de unde provin norme fictive care nu sunt sprijinite de discursul social); în al doilea caz se are în vedere aspectul social și cel ideologic, care se sprijină deci pe un discurs, de exemplu, gramatical, academic, ortoepic, purist, altfel spus pe norme prescriptive. Termenul de imaginar lingvistic ar fi similar cu noțiunea de reprezentare socială, întrebuintată în sociologie, sau de imaginar colectiv, în viziunea istoricilor. Totuși, imaginărilor lingvistice nu țin doar de instinctul social sau de identitatea de grup sau națională, chiar dacă aceste noțiuni sunt ușor identificabile. Imaginarul lingvistic analizează „distorsiunile reperate între spusele sau *atitudinile* vorbitorilor în ceea ce privește realizările lor și cele ale altor locutori și propriile lor produceri” [1, p. 20].

Una dintre motivații, relevată în mod frecvent, care conduc la descrierea limbilor, este stabilirea cu precizie a unui uzaj corect, prin definirea unei norme care ar trebui să rețină numai anumite moduri de vorbire efectiv folosite, și să le respingă pe celelalte ca neîngrijite, incorecte, impure sau vulgare [4, p. 203]. Norma se poate referi la pronunțare, la alegerea vocabularului, la morfologie sau la sintaxă. Idealul lingvistic ar fi, fără îndoială, ca vorbitorii unei limbi să realizeze întotdeauna cu exactitudine aceleași distincții fonice, morfologice și lexicale, altfel zis, să utilizeze aceeași structură lingvistică. În realitate însă, în ceea ce privește raporturile stabilite între persoanele unei și aceleași comunități, absoluta identitate a sistemelor pare a fi mai degrabă o excepție, decât o regulă, afirmă André Martinet [5, p. 149]. Dinamica lingvistică actuală tinde totuși să reducă rolul regulator al normei, ceea ce este interzis fiind ceea ce, cu toate acestea, în mod efectiv este utilizat [1, p. 21]. A vorbi corect astăzi înseamnă, de asemenea, a da dovadă și de a demonstra în același timp cunoașterea normei.

În baza definiției date limbii de către André Martinet în 1960, norma se îmbogățește cu forma sa de plural – *les normes* – adică normele, deoarece comunicarea nu implică în mod necesar și imperativ o transmitere de informații, iar limba este percepută ca o lume în devenire; aceasta se întâmplă mai ales pentru adaptarea limbii, în cel mai econom mod, și satisfacerea necesităților de comunicare ale comunității care o vorbește [5, p. 9]. Locutorul vorbește propria sa limbă. În alți termeni, orice vorbitor are norma sa lingvistică activă, imperativă, care regulează uzul său personal al limbii, și o normă pasivă, mult mai moale și tolerantă, după cum scrie André Martinet [5, p. 150]. „Nu există o limbă legitimă, ci ... societatea utilizează această idealizare fantasmatică a limbii, pentru a legitima anumite uzuri.”, conform Anne-Marie Houdebine [apud 1, p. 22].

Anne-Marie Houdebine studiază normele și producerile vorbitorilor luate împreună pentru a cerceta incidența unora asupra altora sau chiar „interacțiunile” și „retroacțiunile” [idem] celor două planuri de analiză, propunând o tipologie a acestora. Seria normativă, formată de către normele *prescriptive*, *fictive*, *evaluative* și *comunicaționale*, constituie partea subiectivă a imaginarului lingvistic. De cealaltă parte se află *normele funcționale* (sau interne) sau normele obiective. Ele sunt degajate de descrierea producerilor vorbitorilor unei limbi la diferite niveluri lingvistice și pot fi reperate de către prezența *normelor sistemice* (forme stabile impuse de către limbă) și *norme statistice* (comportările variate, stabile și instabile). Normele statistice sunt locul de producere a conceptului de *unes langue*, lansat de către Anne-Marie Houdebine, care îmbogățește definiția imaginarului lingvistic.

Așadar, în raport direct cu cele două categorii de norme, *statistice* și *sistemice*, imaginarul lingvistic introduce categoria *normelor comunicaționale*, norme subiective, care exprimă voința locutorilor de a fi înțeleși, deci de a comunica. Ca și cum pentru a susține termenii definiției limbii propuse de către André Martinet, *normele comunicaționale*, precum și celelalte se află în strânsă legătură cu uzurile contemporane, conținutul mesajului, precum și cu experiența umană valorizată. În acest sens, Anne-Marie Houdebine afirmă că „orice limbă, oricât de puțin ar fi vorbită, de câteva zeci de subiecți dispersați într-o zonă geografică relativ largă și practicând activități diverse, social ierarhizate, este folosită diferit de către locutori” [apud 1, p. 23]. S-a demonstrat că atitudinile lingvistice nu sunt strict determinate de poziția socială a subiectului vorbitor. Astfel, anchetele au dezvăluit situații în care subiecții vorbitori aparțineau unui mediu sau grup profesional, geografic, aveau atitudini diferite față de propria lor limbă sau față de limba altor locutori. Aceste atitudini țin de *cauze interne*, lingvistice și subiective care atrag „jocul” metalingvistic (locutorul este capabil să formuleze judecăți evaluative în ce privește limba) și de *cauze externe*, unii vorbitori ai limbii punând în aplicare principiul ierarhizării (culturale, sociale) [6, p. 61]. De aici și așa-zisa *idealizare fantasmatică* a limbii, care ne prezintă o sursă întreagă de piste de cercetare deschise pentru teoria imaginarului lingvistic.

Scurtă privire asupra conotațiilor și imaginilor asociate termenilor gastronomici în textul original și în traducere prin prisma imaginarului lingvistic

În cele ce urmează venim cu niște reflecții privind modul în care traducerea termenilor gastronomici reușește să conserve sau să reconfigureze imaginarul lingvistic asociat cu aceștia, având ca punct de plecare doar câteva exemple (ca referință) extrase din operele lui Michel Houellebecq (în speță *Soumission/Supunere*, traducerea lui Daniel Nicolescu). Scopul este de a identifica strategiile și procedeele de traducere și impactul acestora asupra receptării textului tradus de către publicul-țintă.

Analiza acestor exemple din perspectiva imaginarului lingvistic al lui Anne-Marie Houdebine dezvăluie modul în care traducătorul gestionează elementele culturale și conotațiile lor. Într-o serie de micro-contexte alese și incluse în corpus (circa 300 de segmente), care conțin referințe gastronomice, termenii gastronomici (care pot fi repartizați în mai multe categorii de analiză: denumiri de bucate, ingrediente, băuturi, ustensile, localuri, acțiuni, savori etc.) funcționează ca niște identificatori culturali, purtând o încărcătură simbolică mult mai mare decât sensul lor denotativ uneori. După o privire de ansamblu asupra exemplelor incluse în corpus, remarcăm faptul că traducătorul a ales, printre alte procedee de traducere, și împrumutul, păstrând termenii originali pentru a menține intact imaginarul lingvistic asociat. Este clar, de fapt, de ce se recurge la împrumut (direct sau prin transcriere cu adaptare la limba-țintă), după cum relevă Muguraș Constantinescu, deoarece împrumutul, pe post de „inscripteur” [7], înscrie alteritatea în textul literar, atât în cel original, cât și în cel tradus.

Aplicând teoria imaginarului lingvistic, putem lesne observa cum referințele gastronomice evocă nu doar alimente, ci și cadre culturale și valori. În exemplele ce urmează, vom face o incursiune în 3 bucătării distincte: bască, marocană, indiană. În 2 dintre exemple, chiar în context se întrebuințează un termen ce face referință la local – restaurant – însoțit de un determinant exprimat printr-un adjectiv calificativ „toponimic”: *restaurant basc*, *restaurant marocan*.

În exemplul (1), avem o incursiune în gastronomia bască, prin intermediul restaurantului și a vinului *Irouléguy*, care activează un cadru cultural specific (identitate regională, convivialitate). Vinul, băutura convivialității prin excelență, în contextul prezent devine un semn al izolării și eșecului comunicării (*soirée sinistre/seară oribilă, j'éprouvai des difficultés croissantes, qui devinrent vite insurmontables, à maintenir*

un niveau raisonnable de communication chaleureuse/am avut dificultăți din ce în ce mai mari, devenite rapid insuportabile, în păstrarea unui nivel rezonabil de comunicare afectuoasă).

(1) Dès que j'arrivai dans le restaurant basque où j'avais invité Aurélie à dîner , je compris que j'allais passer une soirée sinistre. Malgré les deux bouteilles d'Irouléguay blanc que je fus à peu près le seul à boire , j'éprouvai des difficultés croissantes, qui devinrent vite insurmontables, à maintenir un niveau raisonnable de communication chaleureuse (p. 21 Soumission).	De îndată ce am ajuns în restaurantul basc unde o invitaseam pe Aurélie la cină , am înțeles că aveam să petrec o seară oribilă. În ciuda celor două sticle de Irouléguay alb pe care le-am băut aproape singur, am avut dificultăți din ce în ce mai mari, devenite rapid insuportabile, în păstrarea unui nivel rezonabil de comunicare afectuoasă (p. 19 Supunere).
---	---

Ne interesează în contextul dat termenul *Irouléguay*. Acesta concentrează atât o valoare fonică, cât și un imaginar cultural. Irouléguay are o sonoritate specific bască, de notat alternanța dintre cele 2 consoane alveolare și vocale, [r] – vibrantă – și [l] – sonantă laterală, ambele lichide, și o finală oclisivă palatală surdă însoțită de vocala *i* [ki], destul de neobișnuită pentru franceză și română. Această sonoritate străină creează un efect de exotism fonic care atrage imediat atenția cititorului. Păstrarea formei originale în română conservă această impresie de „străin”, dar mai și accentuează impresia de „greutate” fonetică pentru publicul mai puțin versat.

Analiza unui termen nu se poate limita la simpla sa formă sau la prezența sa într-un text non/specializat. Reperarea unui termen înseamnă, în mod inevitabil, a explora imediat sensul acestuia, după cum constată și Philippe Thoiron și Henri Béjoint: „S'intéresser aux termes, c'est toujours, et très vite, poser la question de leur sens” [8, p. 106]. Această căutare a sensului este punctul de plecare pentru orice analiză terminologică pertinentă, în contextul traducerii unui text cu conținut non/specializat. Termenul nu servește numai pentru a desemna, după cum remarcă Pierre Lerat, ci „aparține unui sistem al unei limbi determinate, în interiorul căreia coabitează diverse subsisteme specifice” [apud 9, p. 89]. În cazul în care abordăm acest termen în discurs specializat, cu siguranță vom remarca, după cum susține Gentilhome, că „sensul termenului este indisolubil legat de contextul în care acesta este folosit și nu doar de contextul lingvistic” [apud 8, p. 109]. Prin urmare, întrebarea pe care ne-o punem este care ar fi totalitatea caracteristicilor conceptului exprimat prin termenul *Irouléguay* ce vor fi percepute de utilizatorii acestuia în diverse contexte. În acest sens, ne-am propus să efectuăm o analiză și sinteză prin deducție, pornind de la raționamentul logic că un specialist în viticultură ar cunoaște mai multe informații decât un lucrător în domeniul ospitalității și, cu siguranță, vădit mai ample decât un consumator ordinar de vinuri. În acest sens, am reperat o serie de informații (a se vedea în prima coloană din Tabelul 1 de mai jos) în baza unor surse cu un grad diferit de specializare: INAO – Institut national de l'origine et de la qualité [10], portalul Eur-Lex [11, 12], pagina magazinului online de vinuri autentice românești (resursă românească) [13], blogul jurnalistei de vinuri Anghelina Taran [14]. Atestăm un grad de specializare de la ultraspecializat la mediu specializat, dacă e să ne referim la reprezentarea grafică a limbajelor specializate propuse de Guy Rondeau [a se vedea Cabré], în funcție de publicul vizat. În coloanele rămase ale Tabelului 1, am inclus utilizatorii: specialistul în viticultură și oenologie, specialistul din industria ospitalității, consumatorul. Semnul + indică prezența cunoștințelor, numărul de + nivelul acestora, semnul (+) – posibilitatea prezenței cunoștințelor, iar – absența acestora.

Tabelul 1. Gradul de percepere a informațiilor specializate de către utilizatorii termenului *Irouléguay*

Informație	Specialist în viticultură și oenologie	Specialistul din industria ospitalității	Consumatorul de rând
Vin originar din Țara Bască	++	+	(+)
DOP – vin cu denumire de origine protejată	++	+	(+)

DOP identifică denumirea unei regiuni, a unui loc specific sau, în cazuri excepționale, a unei țări, utilizată pentru a descrie un produs a cărui calitate și caracteristici se datorează, în esență, unui anumit mediu geografic și care trebuie produse într-o arie geografică determinată care utilizează know-how recunoscut și înregistrat. Toate produsele vitivini-cole cu statut de DOP trebuie să fie produse exclu-siv cu struguri din zona în cauză [EUR-Lex].	++	(+) -	(+) -
Irouléguy roșii și roze sunt produse în mare parte din soiuri precum Cabernet Franc și Tannat.	++	(+) -	(+) -
Arome și savori: vinurile roșii sunt taninoase și po-trivite pentru învechire, cele roze sunt fructate. Taninurile sunt prezente în vinurile tinere, iar odată cu trecerea timpului se polimerizează, gustul devenind mai blând. Vinurile albe au adesea arome de fructe exotice. Prezintă un bun echilibru între onctuositate și aci-ditate [inao.gov]. Vinurile dezvoltă un bun echilibru între onctuosita-te și aciditate datorită utilizării parcelor selectate pentru gradul bun de coacere și pentru starea bună de sănătate [eur-lex 2].	++	(+) -	(+) -
DOP (AOP) Irouléguy cuprinde vinuri roșii, roze și albe.	++	+	(+) -
Sunt vinuri seci și liniștite [inao.gov]	++	+	(+) -
Vin sec – conține nu mai mult de 4 gr/l zahăr sau nu mai mult de 9 gr/l – când nivelul total al acidității (exprimată în grame de aciditate vinicolă la litru) – este cel mult cu 2 gr mai puțin, decât conținutul de zahăr. [wine&spirits]	++	-	-
În RM se utilizează ca unitate de măsură decimetrul cub, iar în OIV – litru [wine&spirits]	+	-	-
Vinurile liniștite sunt obținute prin fermenta-rea alcoolică completă sau parțială a strugurilor proaspeți, presați sau nu, sau a mustului de stru-guri. Acestea sunt denumite astfel deoarece nu conțin dioxid de carbon și nu sunt efervescente, spre deosebire de vinurile spumante.	++	(+) -	(+) -

Cele prezentate în Tabelul 1 ar sugera o diferență fundamentală în modul în care diverși specialiști și consumatorul de rând ar percepe și înțelege acest produs.

Pentru un specialist în viticultură și oenologie, vinul Irouléguy este o entitate complexă, definită prin detaliile sale tehnice. Toate informațiile din tabel sunt relevante și au o importanță crucială. De ex., ori-ginea geografică (Țara Bască) și statutul de DOP sunt indicatori ai calității și ai autenticității. Compoziția varietală (Cabernet Franc, Tannat) este esențială pentru a înțelege caracteristicile vinului. Parametri tehnici de evaluare a calității, precum informațiile despre arome, taninuri, onctuositate și aciditate sunt la fel de importanți. Ce este un vin sec și un vin liniștit, împreună cu precizările despre unitățile de măsură, sunt, de asemenea, cruciale pentru o înțelegere exactă și profesională a produsului.

Specialistul din industria ospitalității se va concentra pe aspectele care sunt importante pentru vânzare și consum. Prin urmare, va fi interesat de informații care pot fi comunicate eficient clientului: eventual, originea și statutul de DOP ar putea fi folosite pentru a crea o poveste despre vin și a-i justifica prețul; informațiile despre arome, savoare și tipul de vin (roșu, alb, roze, sec, liniștit) sunt esențiale pentru a face recomandări și a-l asocia cu diverse preparate culinare. Acestea sunt la fel de relevante pentru publicul larg, dar în mare parte, considerăm că ar putea fi ignorate sau simplificate.

Pentru consumatorul obișnuit, informațiile de specialitate ar fi, în mare parte, nerelevante sau dificil de înțeles. Acesta este interesat de informații care-i permit să-și aleagă vinul pentru consumul personal. Originea (vin din Țara Bască) ar fi un punct de atracție, creând un imaginar al unui loc străin/exotic. Statutul de DOP poate fi perceput ca un indicator de calitate („e un vin cu denumire de origine protejată, deci e bun”), chiar dacă nu se înțeleg detaliile tehnice din spatele acestei etichete. Definițiile tehnice pot fi, de obicei, ignorate, deoarece sunt prea specializate și nu contribuie direct la experiența de consum.

Tabelul 1 ilustrează în mod clar cum aceeași informație capătă sensuri diferite în funcție de destinatar. Pentru un specialist, fiecare detaliu este crucial. Și aici am aminti și de un alt specialist, la fel de important – traducătorul – pentru care această diferență de percepție este esențială, dat fiind că unitățile terminologice nu sunt întotdeauna universale sau internaționale, ci sunt „încadrate în societăți și culturi particulare”, dar și în limbi particulare, după cum afirmă Depecker [apud 15, p. 3]. Conform lui Jean-Jacques Briu, tocmai din acest motiv, anumiți termeni sunt (foarte) complecși, în măsura în care se raportează la o istorie, o societate, instituții, practici și culturi diferite sau puternic diferențiate de la o țară la alta. Iar traducătorul trebuie să știe ce informații să pună în valoare și, la nevoie, să le adapteze, pentru a răspunde așteptărilor publicului-țintă.

Din perspectiva Imaginarului lingvistic, Irouléguy evocă terroir-ul basc, altfel spus legătura dintre vin, teritoriu și identitate culturală. Consonanța termenului funcționează ca un marker identitar, prin intermediul căruia cititorul percepe un spațiu ca „străin”, plin de tradiții și de caracter local. În contextul exemplului (1), am identifica și un pic de ironie din partea autorului, vinul care ar trebui să dezlege limba și să creeze o ambianță convivială devine un obstacol (în franceză – *des difficultés [...] insurmontables*), iar în traducere se imprimă și o nuanță de suferință chiar prin „dificultățile [...] insuportabile”. Și atunci ne punem întrebarea dacă forma sonoră a termenului respectiv nu ar fi cea care ar „afecta” alegerile operate de către traducător. Așadar, remarcăm că termenul *Irouléguy*, înscrie Alteritatea în textul-țintă. Consonanța străină rămâne prezentă în traducerea în română și menține aura de străin și exotism, după cum spuneam anterior. Totuși, pentru publicul-țintă, care poate nu are nicio reprezentare despre vinul basc, valoarea sonoră este mai puternică decât valoarea semantică, aceasta funcționând ca un semn de alteritate și de ancorare geografică, chiar dacă sensul cultural rămâne parțial inaccesibil, deși avem elemente clarificatoare în context. Termenul „alb” explicitează tipul de vin, în plus mai este prezent și recipientul „sticlă” și verbul „a bea”, astfel echilibrându-se fidelitatea denotativă cu comprehensibilitatea pentru cititorul de limbă română.

(2) Elle opta pour un restaurant marocain de la rue Monge - ce serait, également, une journée hallal (p. 35 Soumission).	A ales un restaurant marocan de pe strada Monge – aveam deci și o zi halal! (p. 33 Supunere).
--	---

În exemplul (2), vizităm restaurantul marocan. Prin termenul *halal*, bucătăria marocană ne trimite la un imaginar religios și cultural islamic, unde hrana nu este doar aliment, cu și un semn identitar și normativ. De notat în franceză existența a 2 variante de scriere a acestuia: *hallal* și *halal* [16]. În timp ce în Dicționarul explicativ al limbii române nu găsim o definiție pentru halal decât accesând fila definiții (aici sunt prezentate în total 22 de definiții), dintre care definiția care ne interesează se găsește pe poziția 16 și are ca sursă trimitere la Dicționarul enciclopedic: 1. *subst.* Hrană pe bază de proteine animale (miel, capră, oaie, pui – carnea de porc fiind exclusă) pregătită potrivit preceptelor religioase musulmane. Termenul francez „hallal” (o variantă a cuvântului arab „halal”, după cum identificăm într-o serie de resurse pe internet) este o referință culturală specifică, care se referă la un set de reguli dietetice islamice, dar în contextul textului, poartă și o încărcătură simbolică mai largă, legată de religie, tradiție și un anumit stil de viață. De altfel, nici nu e deloc surprinzător că autorul romanului alege să ne vorbească în termeni cu referință cultural-re-

ligioasă, dat fiind că în romanul *Soumission*, islamul ar fi o piesă a dispozitivului ficțional, pentru a ne prezenta situația din Franța la sf. sec. XX - înc. sec. XXI [17, p. 23]. Termenul „halal” este deja destul de cunoscut în contextul global, datorită mass-media și fenomenului globalizării. Astfel majoritatea cititorilor pot înțelege conceptul de bază, chiar dacă nu cunosc detaliile legate de aspectele religioase. Totuși, imaginarul lingvistic activat de acest termen în rândul cititorilor de limbă franceză ar fi diferit de cel al unui cititor de limbă română. În articolul „L’emprunt *halal*. Du discours lexicographique au discours journalistique”, Riham El Khamissy constată că definițiile pentru „halal” servesc la delimitarea a noi sensuri pe care le capătă această unitate lexicală în evoluție, sensuri absente din discursul lexicografic, dar prezente masiv în discursurile non-lexicografice [18, p. 582]. În franceză, acest termen mai poartă și o încărcătură ideologică. În română, *halal* este cunoscut, dar va fi asociat mai ales cu gastronomia, fără aceeași forță polemică din spațiul francez. Astfel, pentru publicul de limbă română, în textul tradus ar predomina sensul denotativ (ce țin de regulile alimentare islamice), iar conotațiile ideologice și sociopolitice se vor dilua.

(3) Je jetai un bref regard à mon tagine agneau - artichauts avant de tenter, à tout hasard, un haussement de sourcils surpris (p. 36 <i>Soumission</i>).	Am aruncat o privire rapidă la tajine-ul meu de miel cu anghinare înainte să îndrăznesc, la plesneală, să ridic mirat din sprâncene (p. 34 <i>Supunere</i>).
---	--

În exemplul (3), ne delectăm în continuare cu gastronomia marocană – *tajine-ul de miel cu anghinare* – un simbol al ospitalității și tradiției marocane. De notat că Dex-ul nu ne e de ajutor în acest context, dar fiind că nu putem identifica prezența termenului respectiv în dicționar. În traducere, deci, s-a optat pentru un împrumut și adaptarea fonetico-morfologică a acestuia la limba română: transcriere *tajine*, pe de o parte, articulat hotărât cu scrierea cu cratimă din cauza vocalei *e* rămasă la capătul unității lexicale, pe de altă parte. Transcrierea este metoda de a reprezenta „felul în care sunetele sunt pronunțate”, citim la Michel Ballard [19, p. 41]. După cum constată Imola Katalin Nagy, „Transcrierea este folosită și în cazul culturilor intraductibile, care nu au un echivalent în limba și în cultura-țintă” [20, p. 133]. Suntem în prezența unei hibridizări lingvistice vădite, prin care termenul exotic este integrat în sistemul lingvistic al limbii române, transferându-se imaginarul culinar, dar într-o formă citibilă publicului-țintă. Ne pare aici interesantă ideea lansată de Corinne Wecksteen, referitor la folosirea termenilor străini într-un text, care nu este lipsită de importanță și are consecințe pe plan semantic, în special din punctul de vedere conotativ: „un termen străin, încă neasimilat, face ca enunțul să devină opac, atrăgând atenția asupra sa și permițând conotației să se strecoare în confuzia astfel creată” [21, p. 138].

(4) Mon après-midi de TD fut épuisant, les doctorants dans l’ensemble étaient épuisants, pour eux il commençait à y avoir un enjeu et pour moi plus du tout, à part choisir le plat indien que je ferais réchauffer au micro-ondes le soir (<i>Chicken Biryani? Chicken Tikka Masala? Chicken Rogan Josh?</i>) en regardant le débat politique sur France 2 (p. 37 <i>Soumission</i>).	După-amiaza de seminar a fost anevoioasă, doctoranzii în ansamblu erau obositori, pentru ei începea să se contureze o miză, pentru mine deloc, cu excepția alegerii mâncării indiene pe care aveam s-o încălzesc seara la microunde (<i>Chicken Biryani? Chicken Tikka Masala? Chicken Rogan Josh?</i>), uitându-mă la dezbaterile politice de pe postul France 2 (p. 36 <i>Soumission</i>).
--	---

O incursiune în bucătăria indiană ne așteaptă în exemplul (4). Bucătăria indiană, prin enumerarea de produse, activează un imaginar multicultural urban, unde consumul de mâncare exotică devine parte a cotidianului occidental. Traducătorul nu intervine aici, menținând fidel imaginarul culinar internaționalizat. El păstrează denumirile în engleză, exact ca în original, de altfel, ceea ce subliniază că imaginarul globalizat al gastronomiei se construiește pe anglicisme.

Imaginarul lingvistic relevă faptul că gastronomia nu este neutră: fiecare termen trimite la identități culturale (prin calificativele *basc*, *marocan*, *indian*), la valori simbolice (*vin* – *convivialitate*, *halal* – *normativ religios*, *tajine* – *ospitalitate tradițională*) și la dinamica globalizării (produsele indiene cu denumiri englicizate).

În traducere se reușește să se păstreze această dimensiune pluriculturală, făcând din gastronomie un spațiu de întâlnire (și tensiune) între imaginaruri lingvistice diferite.

Concluzii

Deci cum ar putea fi influențată traducerea de norme subiective ale Imaginarului lingvistic, în special normele evaluative, comunicaționale și fictive. Norma comunicațională pune astfel accent pe funcția comunicativă a limbii, acceptând variația, adaptările contextuale necesare pentru ca mesajul să fie înțeles. Pentru traducător, aceasta implică flexibilitate în alegerea formei mai accesibile, chiar dacă nu a celei mai fidele, pentru a asigura înțelegerea imediată de către cititor; în folosirea unor termeni care deja circulă în limbă-țintă, chiar dacă aceștia nu sunt atestați în dicționare; în adaptarea termenului împrumutat ținând cont de dinamica limbii-țintă. Altfel spus, se acordă prioritate eficienței comunicative în fața prescripțiilor stricte. Prin normele evaluative și fictive se urmărește un ideal de limbă subiectiv, influențat de factori afectivi, estetici sau ideologici, nu de norme academice. De fapt, acestea apar ca niște raționalizări individuale care se manifestă prin deciziile privind strategiile și procedeele de traducere adoptate.

Am putea conchide din cele menționate anterior că normele comunicaționale conduc traducătorul să găsească soluții clare și accesibile, ce pun accent pe eficiența comunicării, iar normele evaluative și fictive îl pot ghida spre alegeri ideologice / estetizante, care scot în prim plan imaginarul său lingvistic, cultural și sensibilitatea personală, precum și cea a publicului-țintă pe care îl reprezintă.

Referințe bibliografice:

1. ARDELEANU, S.-M. *Dynamique de la langue et imaginaire linguistique*. Iași: Casa Editorială Demiurg, 2000. 145 p. ISBN: 973-98902-9-6
2. HOUDEBINE, A.-M. De l'imaginaire linguistique à l'imaginaire culturel. În: *La linguistique*. 2015/1, vol. 51, p. 3-40. DOI: 10.3917/ling.511.0003.
3. ADAMOU, E. De la stabilité de l'Imaginaire Linguistique. În: *Langage et société*. 2002/1 nr. 99, p.77-95. DOI : 10.3917/lis.099.0077.
4. DUCROT, O. *Dire et ne pas dire*. Paris: Hermann, 1972. 311 p. ISBN 10: 2705656995
5. MARTINET, A. *Éléments de linguistique générale*. Paris: Armand Colin. 1996. 221 p. ISBN 978-2-200-21718-1.
6. ARDELEANU, S.-M., Balațchi, R. *Éléments de syntaxe du français parlé*. Iași: Institutul European. 2005. 184 p. ISBN 9736113353.
7. CONSTANTINESCU, M. L'altérité dans le texte: entre report et emprunt, entre occasionnel et durable. În: *Palimpsestes*. 2012. nr. 25. Disponibil: <http://journals.openedition.org/palimpsestes/1829> [Accesat: 12.09.2025].
8. THOIRON, Ph., BÉJOINT, H. La terminologie, une question de termes? În: *Meta*. 2010. nr. 55(1). p. 105–118. <https://doi.org/10.7202/039605ar>
9. DRUȚĂ, I. Termenul și limbajele specializate: abordări diverse. În: *Philologia* LVI, 2014, p. 87-96.
10. Institut national de l'origine et de la qualité (INAO) Disponibil: <https://www.inao.gouv.fr/produit/irouleguy-blanc-17967> [Accesat: 11.09.2025].
11. Portalul EUR-Lex, Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/RO/legal-content/summary/wines-and-wine-sector-products-protected-designations-of-origin-protected-geographical-indications-traditional-terms-labelling-and-presentation.html> [Accesat: 11.09.2025].
12. Eur-Lex (2). Publicarea unei comunicări privind aprobarea unei modificări standard a caietului de sarcini al unei denumiri din sectorul vitivinicol, menționată la articolul 17 alineatele (2) și (3) din Regulamentul delegat (UE) 2019/33 al Comisiei. Disponibil: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=OJ:C_202501992 [Accesat: 11.09.2025].
13. Pagina magazinului online de vinuri autentice românești. Disponibil: <https://goodwine.ro/ce-inseamna-vinuri-linistite/> [Accesat: 11.09.2025].
14. Blogul Definiție conform Organizației Internaționale a Viei și Vinului - Despre vinul sec. Disponibil: <https://wine-and-spirits.md/ro/de-ce-vinul-este-sec/> [Accesat: 11.09.2025].
15. BRIU, J.-J. (éd.). *Terminologie (I): analyser des termes et des concepts*. Peter Lang. 2011. Vol. 16. 223 p. ISBN978-3-0343-0583-9.

16. Dictionarul Le Robert. Disponibil: <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/halal> [Accesat: 11.09.2025]
17. PADOVANI, L. *Soumission*, le roman de la conversion Houellebecq, le réel et la fiction. În: *Intercâmbio*. 2021, 2^a série. vol. 14. p. 21-39 https://hal.science/hal-03552136v1/file/SOUMISSION_LE_ROMAN_DE_LA_CONVERSION..pdf
18. EL KHAMISSY, R. L'emprunt halal. Du discours lexicographique au discours journalistique. În: *SHS Web of Conferences* 8. 2014. p. 573-586 https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2014/05/shsconf_cmlf14_01114.pdf
19. BALLARD, M. *Numele proprii în traducere*. Traducere integrală din limba franceză. Coordonare traduce-re, cuvânt înainte la ediția în limba română și note de traducere: Georgiana Lungu-Badea. Timișoara: Editura Universității de Vest. 2011. 378 p. ISBN 978-973-125-342-8
20. NAGY, I. K. *Introducere în traductologie sau noțiuni și concept fundamentale în teoria și practica traducerii*. Editura Scientia, Cluj-Napoca, 2020, 369 p. ISBN 978-606-975-040-7
21. WECKSTEEN, C. La traduction de l'emprunt: coup de théâtre ou coup de grâce ? În: *Lexis*. 2009. nr. 3. p. 137-156 DOI : <https://doi.org/10.4000/lexis.649>

Opere literare citate

22. HOUELLEBECQ M. *Soumission*. Flammarion. 2022. 300 p.
23. HOUELLEBECQ M. *Supunere*. Roman. Humanitas Fiction. 2022. Traducere din franceză și note de Daniel Nicolescu. 295 p.

Despre autor:

Natalia MUCERSCHI, doctorandă, Școala Doctorală Științe Umaniste și ale Educației, Universitatea de Stat din Moldova.

ORCID: 0009-0007-1598-7740

E-mail: natalia.mucerschi@usm.com

Prezentat: 26.09.2025