

Internazionale e la traduzione dei titoli dal francese all’italiano

di Francesca Piselli*

Internazionale and the Translation of the Headlines from French to Italian

Headlines are key elements of journalistic articles and textual units forming a text-type in their own right. Linguistic, semantic, socio-cultural and stylistic factors have an influence on the translation. This paper aims at exploring the translation of journalistic headlines with a special focus on the translation strategies and editing. The analysis is based upon a corpus of headlines from the Italian magazine *Internazionale*, both in their original French version and in their Italian translation. The first part of the study deals with the description of the corpus alongside the stylemes typically used for the *Internazionale* headlines are also illustrated. In the second part some research into the translation of journalistic headlines is presented and the transformations of the Italian headlines undergo as well as the tendency to create new titles are examined and discussed. Finally, the paper reflects on the term ‘translation’ used in this specific area and whether it has any explanatory power for describing the practices in the translation of journalistic headlines.

Keywords: translated journalism, headlines, French-Italian.

Il titolo giornalistico è uno degli elementi costitutivi del peritesto (Genette 1987), nonché un’unità testuale polifunzionale (Peytard 1975: 53; Nord 1995: 280) dalla notevole capacità attrattiva (Furet 1995: 10 e 2006: 8; Bettini 2000: 91), oltre che elemento identificativo dal valore cataforico (Hoek 1981: 17; Bastiaensen 1994: 229), informativo, di sintesi e guida verso l’articolo (Charaudeau 1983: 102).

Nel caso di periodici che pubblicano articoli tradotti da testate straniere, il traduttore e la redazione italiana sono chiamati a prende-

re decisioni in merito alle modalità di traduzione, che tengono conto, come vedremo, di molteplici componenti.

Il presente contributo intende riflettere sul significato del termine ‘traduzione’ nell’ambito della titolistica giornalistica, a partire da un corpus¹ di titoli del periodico *Internazionale*² tradotti dal francese verso l’italiano. Dopo una breve presentazione di quest’ultimo, ci soffermeremo sulla titolistica dei giornali e, in particolare, sugli stilemi dei titoli di *Internazionale*. Successivamente, concentreremo la nostra attenzione sulla traduzione dei titoli giornalistici, cercando di dare rilievo ai fattori che entrano in gioco in questo tipo di traduzione e avanzando anche alcune brevi riflessioni sul significato del termine ‘traduzione’ con riferimento specifico all’ambito della titolistica. La fase seguente consisterà nell’analisi dei titoli compresi nel corpus, al fine di stabilire il rapporto tra titolo francese e titolo italiano, presentando altresì una descrizione dettagliata delle principali strategie traduttive³ e degli interventi di *editing* individuati. Infine, nelle osservazioni finali, verranno discussi i risultati dell’analisi e, sulla scorta di questi, proponiamo le nostre personali considerazioni sul significato da attribuire al termine ‘traduzione’ per quanto concerne i titoli giornalistici.

1. *Il corpus*

Il corpus di analisi è stato costituito estraendo dapprima tutti i titoli di articoli in lingua francese. Successivamente abbiamo recuperato i titoli originali (134 in totale), apparsi in *Internazionale*, settimanale d’informazione che pubblica principalmente articoli della stampa straniera tradotti in italiano, nei 60 numeri compresi tra il 1 luglio 2016 e il 1 settembre 2017.

¹ Nel presente articolo il sostantivo ‘corpus’ è usato nell’accezione di campione di traduzioni selezionato per esaminare il rapporto tra titolo originale e titolo tradotto.

² Momigliano (2012). Sulle pratiche seguite da *Internazionale* relativamente alla traduzione degli articoli, si vedano Bani (2006: 35-46) e Troqe, Marchan (2017: 277-310). Sebbene tali studi non prendano in considerazione la traduzione dei titoli, in entrambi vengono descritte le differenti fasi del processo traduttivo visto dall’interno della redazione di *Internazionale* e le principali strategie utilizzate, fornendo interessanti informazioni ai fini del nostro studio. Per quanto ci riguarda, ci siamo rivolti alla redazione del settimanale per saperne di più delle pratiche seguite nella traduzione dei titoli, ma, al momento, non abbiamo avuto risposta.

³ Per strategie traduttive intendiamo, sulla scia di Chesterman (2016: 86), le «operations which a translator may carry out during the formulation of the target text (the “texting” process)».

Gli articoli tradotti sono sia d'informazione (ritratti, inchieste, articoli di divulgazione scientifica e *reportages*), sia d'opinione, ad esempio editoriali. Per la loro traduzione, *Internazionale* si avvale di traduttori esterni, i cui nomi sono riportati per esteso nel Sommario, mentre alla fine di ciascun articolo compaiono soltanto le iniziali di ciascuno di loro.

Le testate in cui sono apparsi gli articoli originali sono sia di area francese che francofona. Molti degli articoli pubblicati in *Internazionale* sono apparsi in *Courrier international*, settimanale a cui il periodico italiano si ispira.

Ci preme sottolineare, inoltre, che gli articoli provengono sia da quotidiani che da giornali con frequenza di pubblicazione diversa (settimanali, trimestrali, quindicinali, mensili). Per quanto riguarda i giornali francesi, gli articoli di *Le Monde* sono di gran lunga i più tradotti nel nostro corpus (74 titoli), forse anche in virtù del prestigio internazionale di cui gode quest'ultimo, seguiti da quelli apparsi in *Libération* (16 titoli), in *Le Figaro* (3 titoli), nei settimanali *Jeune Afrique* (2 titoli) e *L'Obs* (1 titolo), nella rivista trimestrale *XXI* (1 titolo), nel magazine musicale *Les Inrockuptibles* (1 titolo), nel quotidiano a diffusione regionale *Nice-Matin* (1 titolo) e nel quindicinale *Society* (1 titolo). Alcuni articoli sono poi ripresi dal sito web di notizie *Mediapart* (12 titoli) e uno dalla rivista in rete *Slate.fr*, versione francese di quella statunitense.

Per quanto concerne l'ambito francofono, *L'Orient-Le Jour*, unico quotidiano libanese in lingua francese, è il più ripreso (7 titoli). Due titoli provengono anche dal quotidiano quebecchese *Le Devoir*. Abbiamo invece recensito un solo titolo ciascuno per i quotidiani *Libération Maroc*, *Le Temps*, testata svizzera, *Le Quotidien*, quotidiano lussemburghese, *Le Soir*, quotidiano belga e *Le Pays*, quotidiano del Burkina Faso. Tra i siti d'informazione, sempre di area francofona, figurano titoli provenienti da *Orient XXI* (7 titoli), portale d'informazione indipendente sul mondo arabo e sul Medioriente.

2. La titolistica dei giornali e i titoli di Internazionale

2.1. La titolistica tra norma, stile e prassi

È noto che le norme che regolano la titolistica dei giornali variano a seconda della cultura di riferimento e della linea editoriale del giornale. Le scelte stilistiche e di contenuto seguono l'orientamento editoriale, in modo che la titolazione sia riconoscibile e, in una certa misura, familiare per il lettore di un dato giornale (Pederzoli 2013). L'interte-

stualità, di cui parlano, tra gli altri, Hoek (1981: 183-199), Bastiaensen (1994: 229) e Maingueneau (2010) è un altro elemento chiave della titolistica, che mira ad attirare e incuriosire il lettore. Generalmente i riferimenti, più o meno esplicativi e/o riconoscibili, sono a testi stereotipati, come proverbi o espressioni idiomatiche, titoli di opere letterarie, slogan, titoli di film o di canzoni.

A questi vincoli occorre aggiungere il fatto che il giornalista o, a seconda dei casi, il titolista, è chiamato a seguire, almeno in linea generale, quanto enunciato nei manuali di stile, nei quali sono riassunte indicazioni specifiche e peculiari per ciascuna testata. Molti sono, infatti, i giornali che hanno manuali di riferimento, come rilevato da Sullet-Nylander (2006) per *Le Monde* o da Bani (2013) per *El País*.

Nella prassi, tuttavia, i suggerimenti inseriti nei manuali di stile non sempre sono raccolti, come sembra essere il caso di *Le Monde* e del suo manuale di stile intitolato *Le style du Monde*, apparso in due edizioni (2002 e 2004)⁴. In Italia i manuali di stile non sono molto diffusi o quantomeno sono messi raramente a disposizione dei lettori. *Il libro di stile di Internazionale* (2015), sul quale ci soffermeremo più avanti, liberamente accessibile in rete nel sito del settimanale, rappresenta un'eccezione.

Dal punto di vista della struttura linguistica, è possibile individuare alcune tendenze, come la presenza sempre più marcata di titoli con una struttura bipartita in due segmenti con tema nominale al primo posto e rema nominale o verbale al secondo, separati dai due punti o dalla virgola, come mostrano gli studi di Bonomi (2010) per i titoli italiani e di Bosredon e Tamba (1992) per quelli francesi.

In ambito italiano è importante ricordare che, a partire dagli anni Settanta del Novecento, lo «stile brillante» (Dardano 1994: 218) dei quotidiani ha aperto la strada a nuovi stereotipi nella titolistica, tra cui il ricorso a formule fisse (*è* + sostantivo; *e* giornalistico di avvio), metafore abusate, lessicali o sintagmatiche, abbinamenti prevedibili (Gualdo 2007). Piuttosto frequente è l'uso del discorso diretto per vivacizzare i titoli stessi, renderli più immediati e creare un effetto di maggiore veridicità. La punteggiatura è un altro strumento molto usato per mettere in rilievo un determinato elemento della frase. Altrettanto ricorrenti, poi, sono i titoli nominali e quelli composti da una frase verbale (Bonomi 2010).

⁴ Questa informazione è riportata nel blog dei correttori di bozze (18 giugno 2016) di *Le Monde* (<http://correcteurs.blog.lemonde.fr/2016/06/18/le-style-du-monde-est-epuise/>).

I titoli tendono alla brevità e concisione e vanno incontro all'esigenza del pubblico di tempi di lettura sempre più rapidi, anche se talora ciò si scontra con una certa opacità del titolo stesso, legata, ad esempio, a giochi di parole o a rimandi intertestuali.

2.2. Gli stilemi della titolistica di *Internazionale*

*Il libro di stile di Internazionale*⁵, nella sezione espressamente dedicata ai titoli, richiama l'attenzione sulla funzione di catalizzatore dell'attenzione di questi ultimi nei confronti del lettore («I titoli servono per attirare l'attenzione su una notizia e farla leggere»), sottolineando altresì che «devono essere concreti» e «puntare su un'immagine o su un personaggio» largamente noto, senza prestarsi a equivoci, né contenere doppi sensi.

La funzione referenziale del titolo sembra essere privilegiata («devono essere assolutamente aderenti ai testi degli articoli») e soprattutto devono richiamare la notizia centrale contenuta nel testo stesso («I titoli sono sulla notizia più importante contenuta nel testo»), in maniera il più possibile neutra («i titoli non attaccano, non punzecchiano, non criticano e non lodano, ma semplicemente, dicono»).

A livello linguistico, si consiglia l'uso del presente («Il tempo dei titoli è il presente»), che serve notoriamente a rendere più immediata la notizia. Il linguaggio deve essere diretto e, a tal fine, l'uso della forma affermativa («I titoli, preferibilmente, affermano e non negano») è senz'altro da preferire, mentre sono da evitare titoli in forma interrogativa, negativa o esclamativa. Da non trascurare, poi, la ricerca del ritmo e dell'eufonia del titolo stesso:

Un buon titolo “canta”. Spesso i suoi accenti si dispongono in modo armonioso. Spesso un buon titolo è un verso (ma mai con la rima).

Si raccomanda, inoltre, di usare «con grande parsimonia» sigle, segni di interpunkzione (punti, virgolette, punti e virgolette, due punti) e virgolette. Da bandire il più possibile il cosiddetto “E giornalistico di avvio”, in controtendenza, quindi, con una certa tradizione della titolistica italiana, e anche i titoli che esordiscono con “Ma”, “Ora”, “Adesso”, “Quello”.

⁵ La versione a cui si fa qui riferimento è quella del 2015. Si tratta dell'ultima versione pubblicata, disponibile alla pagina https://www.internazionale.it/dalla_redazione/2015/06/25/libro-stile-internazionale (ultima consultazione 13 dicembre 2019).

3. La traduzione dei titoli giornalistici

La traduzione dei titoli giornalistici ha attirato l'attenzione di numerosi studiosi, che hanno approfondito questo tema con approcci anche diversi tra loro.

Tra gli studi portati a termine nell'ambito dell'approccio funzionalista e della *Skopos theory* ci preme ricordare il contributo di Nord (1995) sulla traduzione di un corpus di titoli tedeschi, inglesi, francesi e spagnoli, che propone un modello che tempera la ‘tensione’ tra adeguatezza e accettabilità. Questa fa ricorso al doppio concetto di «functionality plus loyalty» (Nord 1995: 269 e 2018: 113-117), intendendo con quest’ultimo termine una categoria morale che permette «the integration of culture-specific conventions into the functionalist model of translation» (Nord 1991: 92). Quella che Nord (1995: 275) chiama *loyalty* non è altro che la responsabilità del traduttore «to take account of any particular referential intention expressed by the sender (= loyalty)».

Alcuni studi recenti condotti su *corpora* di titoli di giornali mostrano che il traduttore ha ben presente la relazione esistente tra testo e contesto, oltre all’«ideological load» (Sidiropoulou 1995: 286) veicolato dal titolo. Per tali ragioni, questi apporta modifiche al titolo con «patterns which vary cross-culturally», come riscontrato sia dalla stessa Sidiropoulou (1995: 286) per la traduzione dei titoli giornalistici dall’inglese al greco, sia da Demers (1994) nel caso della traduzione dei titoli giornalistici dall’inglese al francese, sia da Kourdis (2009) per quanto concerne la traduzione verso il greco di titoli d’articoli tratti da *Le Monde diplomatique*. Altri studi hanno rilevato una certa tendenza al rispetto della titolazione di partenza. Il riferimento è ai saggi di Andújar Moreno (2006), Pederzoli (2006) e Astirbei (2011), dedicati, nell’ordine, alla traduzione spagnola, italiana e rumena dei titoli di articoli apparsi in *Le Monde diplomatique*. Bani (2013), studiando un corpus di titoli tradotti dallo spagnolo verso l’italiano, estratti da *La Stampa*, *Corriere della Sera* e *la Repubblica*, segnala la preponderante presenza di titoli creati *ex novo* dalla redazione italiana e/o dal traduttore, rispetto ai pochissimi titoli identici alla versione originale e ai pochi titoli che mantengono una legame con il testo spagnolo.

Come si evince da questa breve panoramica, i fattori che entrano in gioco nella traduzione dei titoli giornalistici sono molteplici. Le operazioni traduttive che li riguardano, infatti, non si limitano mai a un *transfer* esclusivamente linguistico, ma si configurano sempre anche come pratiche cognitive, culturali, simboliche e sociali. La redazione

italiana e il traduttore sono chiamati a tenere conto del ruolo paratestuale del titolo, del suo valore cataforico, delle convenzioni sociali, culturali e cognitive esistenti nella cultura di arrivo e, non ultima, della linea editoriale del giornale per cui il titolo viene tradotto.

Alla luce di tutto ciò, ci sembra rilevante interrogarci sul significato del termine ‘traduzione’ per quanto attiene ai titoli giornalistici⁶. Ci chiediamo sia opportuno o meno utilizzarlo per riferirsi non solo ai titoli che conservano un rapporto di ampia somiglianza con l’originale, ma anche ai casi in cui il titolo di arrivo è il risultato di complessi processi traduttivi e di *editing* e conserva o un legame minimo o addirittura non ha niente in comune con il titolo originale.

Nel paragrafo seguente proponiamo una descrizione delle strategie operanti nella traduzione dei titoli di *Internazionale* dal francese verso l’italiano, al fine di mettere meglio a fuoco il rapporto tra titolo francese e titolo italiano e rispondere così a tale interrogativo.

4. Analisi del corpus

L’analisi del corpus dei titoli di *Internazionale* tradotti dal francese verso l’italiano mostra la tendenza a intervenire sul titolo italiano per apportare modifiche, anche quando la traduzione letterale del titolo funzionerebbe nel sistema d’arrivo. Esaminando più da vicino i titoli originali e le rispettive traduzioni, è possibile collocarli idealmente su un *continuum* (cfr. Bani 2013), che va da una modifica minima del testo francese a livello strutturale o sintattico-lessicale o grammaticale (16 titoli su 134, ossia circa il 12%), passando per modifiche più ampie del titolo originale a livello di forma e contenuto (92 titoli su 134, vale a dire circa il 69%), sino ad arrivare a modifiche radicali del titolo originale, che viene sostituito con un titolo creato *ex novo* (26 titoli su 134, ovvero il 19% circa). I titoli (1), (2) e (3) sono esempi, nell’ordine, di ciascuna di queste tre tipologie:

⁶ Tale questione è stata discussa ampiamente nell’ambito della traduzione degli articoli giornalistici (cfr. Schäffner 2012, Valdeón 2018), senza specifico riferimento ai titoli, e sono state adottate varie etichette, tra cui il termine ‘*transediting*’, coniato da Stetting (1989) per riferirsi alla traduzione letteraria, ma ripreso, tra gli altri, da Hursti (2001), van Doorslaer (2010), Cheesman e Nohl (2010) e le etichette *translatorial/ editorial strategies, trasformative acts* proposte da Valdeón (2008), mentre Bielsa e Bassnett (2009: 63-64) hanno optato per l’espressione *news translation* per indicare questa particolare combinazione tra traduzione ed *editing* e la forma che questa assume in ambito giornalistico.

- (1) *George Soros, l'ennemi idéal*⁷ (*Le Monde*)
George Soros. Il nemico ideale (n° 1201)
- (2) *L'appétit pour les crevettes détruit les mangroves indonésiennes* (*Le Temps*)
L'appetito europeo divora le mangrovie (n° 1213)
- (3) *L'horreur du « Guantanamo australien » racontée sur Facebook* (*L'Obs*)
Behrouz Boochani. Giornalista in gabbia (n° 1205)

In (1) è osservabile una modifica minima a livello strutturale; la struttura bipartita viene mantenuta nel titolo italiano, ma il punto introduce una cesura più netta rispetto al titolo francese. Nell'esempio (2) il titolo italiano è abbreviato, alcune informazioni sono omesse e altre sono aggiunte. In (3) non c'è alcun rapporto tra il titolo francese e quello italiano.

Tornando rapidamente ai dati sopra riportati, è facile osservare che i titoli che mantengono un legame con il testo originale sono i più numerosi, seguiti da quelli che sono creati *ad hoc*, mentre quelli che conservano un rapporto molto stretto con il titolo francese sono una percentuale minoritaria. Ciò a testimonianza del fatto che la traduzione dei titoli di *Internazionale* è frutto di una combinazione di strategie traduttive e di interventi di *editing*, entrambi orientati comunque al rispetto delle indicazioni del *Libro di stile di Internazionale* e ispirati al principio di accettabilità, che descriviamo qui di seguito⁸:

– **omissione** di un enunciato, come negli esempi (4) e (5), e/o di riferimenti spaziali, come in (6), per ottenere un effetto di maggiore immediatezza e brevità. Da segnalare anche che in (4), l'omissione può essere legata alla volontà di puntare su un personaggio noto nel titolo per catalizzare l'attenzione del lettore, secondo quanto suggerito nel *Libro di stile di Internazionale*. Aggiungiamo anche che nell'esempio (6), il riferimento spaziale ('*Swaziland*') è omesso, in quanto considerato come non indispensabile, dato che in *Internazionale* è l'occhiello a dare questa informazione.

- (4) *Abou Mohammed Al-Maqdissi, un théoricien du djihad contre l'organisation État islamique* (*Le Monde*)
Abu Muhammad al Maqdisi (n° 1176)

⁷ Salvo diversa indicazione, il corsivo nei titoli originali è nostro.

⁸ La lista di cambiamenti qui proposta, pur tenendo conto dei lavori di Bani (2006 e 2013) e di Troqe e Marchan (2017), che presentano delle liste di cambiamenti operati per la traduzione di articoli pubblicati di *Internazionale*, è stata elaborata con specifico riferimento alla traduzione dei titoli e alle peculiarità di quest'ultima.

- (5) *Perturbateurs endocriniens : halte à la manipulation de la science* (*Le Monde*)
 Interferenti endocrini (n° 1183)
- (6) *Swaziland : un royaume sans fin* (*Le Monde*)
 Un regno senza fine

– **sostituzione** di informazioni, di nomi e di elementi culturali con altri ritenuti più fruibili e facili da decodificare da parte del lettore italiano (cfr. Venuti 2008: 19). Nel titolo (7), la sigla ‘CETA’ è sostituita con la perifrasi ‘accordo con il Canada’. In (8) il sintagma ‘des Yungas’ è sostituito dal determinante ‘in Bolivia’, meno specifico, ma più chiaro per il pubblico italiano. Analogamente, nell’esempio (9), il sintagma ‘Temer’ è sostituito con l’aggettivo ‘brasiliano’, scelta, questa, che va non solo nella direzione della semplificazione, ma anche della sintesi e del ‘cambio di densità’ (Pym 2018: 43). Viceversa, la sostituzione operata nella seconda parte del titolo (10), ossia ‘éclaboussé par de nouvelles révélations’, che diventa ‘accusato di corruzione’, esplicita meglio la notizia. Il titolo (10) è un esempio di traduzione in cui elementi culturali propri di un paese, nella fattispecie legati alla cultura gastronomica, sono sostituiti con un’espressione più neutra e non connotata culturalmente.

- (7) *L’avenir incertain du CETA après la signature du traité* (*Le Monde*)
 Il futuro incerto dell’accordo con il Canada (n° 1178)
- (8) *Le dernier roi des Yungas* (*Society*)
 Un re in Bolivia (n° 1203)
- (9) *Au Brésil, le président Temer éclaboussé par de nouvelles révélations* (*Le Monde*)
 Il presidente brasiliano accusato di corruzione (n° 1206)
- (10) *Fish and chips and tortillas* (*Libération*)
 I colori di Gibilterra (n° 1177)

– **ri-strutturazione** del titolo originale. Con questo termine intendiamo riferirci a tutti i cambiamenti apportati alla struttura del titolo. Nel corpus si registra una marcata presenza di strutture bimembri nei titoli francesi (Bosredon e Tamba 1992; Hernández Guerrero 2004: 278), mentre queste spesso scompaiono nelle traduzioni verso l’italiano. In (11) la struttura bipartita (tema/rema), articolata con i due punti e la virgola, è riconfigurata in una struttura con un unico membro. Nel caso del titolo (12), la struttura del titolo italiano non è più a due membri e si introduce anche il punto interrogativo (si tratta di una dei

pochi in cui si contravviene ai consigli del *Libro di Stile*), che cambia la forza illocutiva dell'enunciato (da affermazione a domanda).

- (11) *Syrie : à Astana, une chance pour la paix* (*Le Monde*)
L'occasione di Astana per la Siria (n° 1189)
- (12) *Indépendance de la Catalogne : une dérive séparatiste* (*Le Monde*)
La Catalogna vuole la secessione? (n° 1211)
- **sintesi:** il titolo italiano costituisce una sorta di compendio di quello originale, come negli esempi (13) e (14).
- (13) *Retour au calme en Côte d'Ivoire après le coup de colère des militaires*
(*Jeune Afrique*)
Calma dopo l'ammotinamento in Costa d'Avorio (n° 1187)
- (14) *La bonne nouvelle de l'accord sur le climat* (*Le Monde*)
Buone notizie per il clima (n° 1174)

– **ri-formulazione** del titolo a livello formale e/o contenutistico. A differenza della strategia della sintesi, in questo caso il titolo italiano è formulato in maniera diversa. Il grado di ri-formulazione varia e si va da un'ampia equivalenza semantica tra titolo francese e italiano, come in (15), fino a un'equivalenza limitata, ad esempio, in (16), (17), (18), (19) e (20). In questi ultimi casi il legame è dato dalla presenza di una o più parole chiave, che compaiono sia nel testo originale che in quello tradotto. Ci preme sottolineare che la riformulazione può comportare cambiamenti di diverso tipo. Ad esempio, in (16) il titolo italiano è più implicito e più difficile da interpretare del corrispettivo francese, mentre in (17) è il titolo italiano a essere più esplicito, grazie all'aggiunta di informazioni supplementari. In (18) il titolo italiano è meno neutro di quello originale, invece in (19) il titolo originale è più neutro e oggettivo di quello italiano. In quest'ultimo il focus è spostato dal fatto al personaggio, accentuando la connotazione emotiva del titolo. Nell'esempio (20) la notizia è proposta cambiando la prospettiva e il punto di vista: il titolo italiano evoca il futuro dell'Uzbekistan, laddove quello originale è più ancorato sul presente e sul fatto concreto (la morte del presidente).

- (15) *L'arme chimique sème de nouveau la mort en Syrie* (*L'Orient-Le Jour*)
Le armi chimiche tornano a uccidere in Siria n° 1199
- (16) *Cédric Herrou, passeur décisif* (*Libération*)
Cédric Herrou. Campeggio libero (n° 1191)

- (17) *Les enjeux de la bataille de Tal Afar* (*L'Orient Le Jour*)
 L'Iraq rilancia la battaglia contro i jihadisti a Tal Afar (n° 1219)
- (18) *Interdiction du burkini : le mal de mer* (*Libération*)
 Vietare il burkini è sbagliato (n° 1167)
- (19) *La mort de Tullio De Mauro* (*Le Monde*)
 Tullio De Mauro il professore cortese (n° 1187)
- (20) *À Samarcande, l'Ouzbékistan enterre son président* (*Le Monde*)
 Il futuro dell'Uzbekistan senza Karimov (n° 1170)
- **ri-creazione** del titolo *ex novo* sulla base del contenuto dell'articolo, senza alcuna somiglianza né rapporto diretto con il titolo originale, come negli esempi (3), (21), (22) e (23).
- (21) *Sichuan, le pays des beaux proverbes* (*Le Figaro*)
 Tesori nascosti (n° 1188)
- (22) *Propagande édulcorée* (*Le Quotidien*)
 Le scelte della sinistra francese (n° 1203)
- (23) *Mercato à Katmandou* (*Revue XXI*)
 Sogni presi a calci (n° 1215-1216-1217)

3. Osservazioni finali

Lo studio condotto su un corpus di titoli francesi e italiani apparsi nel settimanale *Internazionale* mostra una spiccata tendenza a intervenire sul testo originale anche in assenza di resistenze linguistiche. L'intervento della redazione e/o del traduttore è volto a differenziare il titolo italiano da quello francese, imprimendo al titolo tradotto un carattere di autonomia e di originalità⁹. Come si è visto, esiste una sorta di *continuum* lungo il quale è possibile collocare i titoli tradotti sulla base del loro rapporto con l'originale: si va da cambiamenti minimi e, in questo caso, il rapporto con il titolo francese è, per dirla con le parole di Chesterman, di 'rilevante similarità' (2016: 60) o di ampia equivalenza, a cambiamenti significativi, per cui il rapporto tra titolo originale e tradotto può essere definito di 'limitata similarità' o di scarsa equivalenza, fino ad arrivare a cambiamenti radicali, che comportano la creazione di un nuovo titolo *ad hoc*, che non ha nulla in comune con l'originale francese.

⁹ Purtroppo, come detto, al momento non abbiamo un'indicazione chiara di quali sono le strategie usate dal traduttore e/o dagli *editors*. Studi ulteriori potrebbero orientarsi sul tema, di sicuro interesse, della traduzione dei titoli come lavoro di squadra e pratica collaborativa.

Tale constatazione ci ha spinti a interrogarci sui tipi di cambiamenti operati sui titoli e sulle strategie messe in atto. Abbiamo potuto constatare che la traduzione è il risultato di una complessa combinazione di strategie traduttive e di interventi di *editing*. Le indicazioni fornite nel *Libro di stile di Internazionale* influenzano in maniera evidente le scelte della redazione e/o del traduttore. Tuttavia, ci pare di poter affermare che queste sono orientate anche verso il principio di accettabilità e della massima fruibilità per il pubblico italiano. Il titolo italiano è spesso più breve di quello francese e le strategie dell'omissione e/o della sintesi sono utilizzate proprio per rendere il titolo più snello. A una maggiore brevità non corrisponde, comunque, una maggiore oscurità. Le sostituzioni mirano, infatti, a chiarire riferimenti culturali ritenuti poco noti al pubblico italiano e a facilitare la comprensione e una lettura rapida. Le tendenze a ri-formulare e a riscrivere il titolo originale, entrambi molto presenti nel corpus, possono essere lette sia in quest'ottica, sia in quella del perseguitamento della maggiore referenzialità e aderenza possibili al contenuto dell'articolo, come suggerito peraltro nel manuale di stile.

Ad ogni modo, la descrizione delle strategie traduttive e degli interventi di *editing*, anche se certamente non esaustiva, ci ha consentito di mettere meglio in luce la molteplicità e la complessità dei procedimenti che entrano in gioco nel processo traduttivo dei titoli giornalistici.

In questo senso appare evidente che il termine 'traduzione', in questo specifico ambito, non si limita semplicemente a indicare un processo di *transfer* linguistico *mot à mot*, ma comprende compositi processi testuali e socio-culturali, che tengono conto anche della sua indubbia polifunzionalità. In altre parole, la trasformazione e il cambiamento sono parte integrante della traduzione stessa.

Riferimenti bibliografici

- Andújar Moreno G. (2006), *La traduction français-espagnol des titres journalistiques du Monde Diplomatique : un exemple de tension entre adéquation et acceptabilité*, in "Translation journal", 10, 3, in <https://translationjournal.net/journal/37titres.htm> (ultima consultazione 18 dicembre 2020).
- Aştirbei C.-E. (2011), *Particularités de la traduction du texte de presse : le problème du titre journalistique. Étude de cas*, in "Traduire. Revue française de la traduction", 225, pp. 33-48.
- Bani S. (2006), *An analysis of Press Translation Process*, in K. Conway, S. Bassnett (eds.), *Translation in Global News*, Online Proceedings of the Conference held at the University of Warwick (23 June 2006), pp. 35-

- 46, in <http://www2.warwick.ac.uk/fac/arts/ctccs/research/tgn/> (ultima consultazione 13 gennaio 2020).
- Bani S. (2013), *Titolistica e traduzione giornalistica*, in “Intralinea”, 8, in http://www.intralinea.org/specials/article/titolistica_e_traduzione_giornalistica (ultima consultazione 2 gennaio 2020).
- Bastiaensen M. (1994), *Littérature et titres de presse : le cas italien*, in “Meta”, 39, 1, pp. 229-240.
- Beccaria G. L. (1988), *Italiano. Antico e Nuovo*, Milano, Garzanti.
- Bettini F. (2000), *Le tecniche del linguaggio giornalistico*, Roma, Carocci.
- Bielsa E., Bassnett S. (2009), *Translation in Global News*, London-New York, Routledge.
- Bonomi I. (2002), *L'italiano giornalistico. Dall'inizio del '900 ai quotidiani on line*, Firenze, Franco Cesati Editore.
- Bonomi I. (2010), *La lingua dei giornali*, in *Enciclopedia dell'italiano Treccani*, in [http://www.treccani.it/enciclopedia/lingua-dei-giornali_\(Encyclop%C3%A9die-dell'Italiano\)}/](http://www.treccani.it/enciclopedia/lingua-dei-giornali_(Encyclop%C3%A9die-dell'Italiano)/) (ultima consultazione 18 dicembre 2019).
- Bosredon B., Tamba I. (1992), *Thème et titre de presse : les formules bisegmentales articulées par un 'deux points'*, in “L'Information Grammaticale”, 54, pp. 36-44.
- Charaudeau P. (1983), *Langage et discours : éléments de sémiolinguistique : théorie et pratique*, Paris, Hachette.
- Cheesman T., Nohl A.-M. (2011), *Many Voices, one BBC World Service? The 2008 US Elections, Gatekeeping and Trans-Editing*, in “Journalism”, 12, 2, pp. 217-233.
- Chesterman A. (2016), *Memes of Translation. The Spread of Ideas in Translation Theory. Revised Edition*, Amsterdam-Philadelphia, J. Benjamin Publishing Company.
- Dardano M. (1994), *La lingua dei media*, in V. Castronovo, N. Tranfaglia (a cura di), *La stampa italiana nell'età della TV. 1975-1994*, Roma-Bari, Laterza, pp. 209-235.
- Demers G. (1994), *Actualité internationale : les titres de presse en anglais et en français*, in “Meta”, 393, pp. 520-529.
- Furet C. (1995), *Le titre. Pour donner envie de lire*, Paris, Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes.
- Furet C. (2006), *Le titre*, Paris, Victoires Éditions.
- Genette G. (1987), *Seuils*, Paris, Seuil.
- Gualdo R. (2007), *La lingua dei giornali italiani*, in *Enciclopedia dell'italiano Treccani*, in http://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/speciali/giornale/gualdo.html (ultima consultazione 8 gennaio 2020).
- Hallyn F., Jacques G. (1987), *Aspects du paratexte*, in M. Delcroix, F. Hallyn (éds.), *Méthodes du texte*, Gembloix, Duculot, pp. 202-215.
- Hernández Guerrero M. J. (2004), *La traducción de los titulares periodísticos*, in R. López Carrillo, J. Suso López (eds.), *Le français face aux défis actuels : histoire, langue et culture*, Granada, Universidad de Granada, vol. 2, pp. 271-281.
- Hoek L. H. (1981), *La marque du titre : dispositifs sémiotiques d'une pratique textuelle*, La Haye-Paris-New York, Mouton Éditeur.

- Hursti K. (2001), *An Insider's View on Transformation and Transfer in International News Communication: An English-Finnish Perspective*, in “The Electronic Journal of the Department of English at the University of Helsinki”, 1, in <https://blogs.helsinki.fi/hes-eng/volumes/volume-1-special-issue-on-translation-studies/an-insiders-view-on-transformation-and-transfer-in-international-news-communication-an-english-finnish-perspective-kristian-hursti/> (ultima consultazione 15 gennaio 2020).
- Kourdis E. (2009), *Sémiose de la traduction, sémiotique de la connotation? Le cas de la traduction grecque de titres d'articles du Monde Diplomatique*, in H. Anamur, A. Bulet, A. Uras-Yilmaz (eds.), *Actes du Colloque International de Traduction: La traduction sous tous ses aspects au centre de gravité du dialogue international*, Istanbul, Dinç Ofset Matbaacilik San. Ltd. Şti., pp. 340-345.
- Il libro di stile di Internazionale* (2015), in https://www.internazionale.it/dalla_redazione/2015/06/25/libro-stile-internazionale (ultima consultazione 27 dicembre 2019).
- Momigliano A. (2012), *Dentro Internazionale*, in “Rivista Studio”, 8, in <https://www.rivistastudio.com/nella-fabbrica-di-internazionale/>.
- Nord C. (1991), *Skopos, Loyalty and Translation Conventions*, in “Target”, 3, pp. 91-109.
- Nord C. (1995), *Text-Functions in Translation: Titles and Headings as a Case in Point*, in “Target”, 7, 2, pp. 261-284.
- Pederzoli R. (2013), *Le Monde diplomatique in versione francese e italiana la traduzione dei titoli anaforici*, in “Intralinea”, 8, in http://www.intralinea.org/archive/article/le_monde_diplomatique_in_versione_francese_e_italiana (ultima consultazione 28 dicembre 2019).
- Peytard J. (1975), *Lecture(s) d'une « aire scripturale » : la page de journal, in “Langue française”*, 28, pp. 39-59.
- Pym A. (2018), *A Typology of Translation Solutions*, in “The Journal of Specialised Translation”, 30, pp. 41-65.
- Schäffner C. (2012), *Rethinking Transediting*, in “Meta”, 57, 4, pp. 866-883.
- Sidiropoulou M. (1995), *Headlining in Translation*, in “Target”, 7, 2, pp. 285-304.
- Stetting K. (1989), *Transediting: A New Term for Coping with the Grey Area between Editing and Translating*, in G. Caie, K. Hastrup, A. L. Jakobsen (eds), *Proceedings from the Fourth Nordic Conference for English Studies*, Copenhagen, University of Copenhagen, pp. 371-382.
- Sullet-Nylander F. (1998), *Le titre de presse. Analyses syntaxique, pragmatique et rhétorique*, Stockholm, Cahiers de la Recherche.
- Troqe R., Marchan F. (2017), *News Translation: Text Analysis, Fieldwork, Survey*, in S. Hansen-Schirra, O. Czulo, S. Hofmann (eds.) *Empirical Modelling of Translation and Interpreting*, Berlin, Language Science Press, pp. 277-310.
- Valdeón R. A. (2018), *On the Use of the term ‘Translation’ in Journalism Studies*, in “Journalism”, 19, 2, pp. 252-269.

- Van Doorslaer L. (2010), *Journalism and Translation*, in Y. Gambier, L. Van Doorslaer (eds.), *Handbook of Translation Studies*, Amsterdam-Philadelphia, John Benjamins, pp. 180-184.
- Venuti L. (2008), *The Translator's Invisibility: A History of Translation. Second Edition*, London-New York, Routledge.
- Vinay J.-P., Darbelnet J. (1972), *Stylistique comparée du français et de l'anglais*, Paris, Didier.
- Vinti C. (2016), *Traduire la métaphore en économie*, in "Plaisance", 38, pp. 21-36.
- Zanettin F. (2016), *Giornalista o donna? Traduzione giornalistica e categorizzazione di appartenenza*, in F. Gatta (a cura di), *Parlare insieme. Studi per Daniela Zorzi*, Bologna, Bologna University Press, pp. 363-381.

