

---

## Le Monde diplomatique in versione francese e italiana la traduzione dei titoli anaforici

By Roberta Pederzoli (University of Bologna, Italy)

### Abstract & Keywords

#### English:

This paper wishes to analyse the links between magazine articles and their paratextual features, focusing on the strategies of cataphoric/anaphoric presupposition and discussing their evolution through translation. The analysis is based upon a corpus of articles from the international magazine *Le Monde diplomatique*, both in their original French version and in their Italian translation. The first part of the work here presented focuses on cataphoric foregrounding as can be found in headlines, subheads and leads, especially through the use of key words which are simply repeated in the body of the article or, alternatively, referred to by means of synonyms, hyper or hyponyms. Bouncing from headlines to subheads, leads and body of articles, these key words thread their way through the texts, offering the reader a network of references which make it easier to appreciate the contents. The second part of the paper takes into account the translated versions of the articles to observe any possible alteration of such textual relations and its effect on the reader perception.

#### Italian:

L'articolo propone una riflessione sui rapporti fra testo ed elementi paratestuali negli articoli giornalistici, considerando tali rapporti in chiave di anticipazione cataforica/ripresa anaforica e osservandone l'evoluzione in traduzione. Lo studio è basato sull'analisi di un corpus di articoli, tratti dal prestigioso periodico internazionale *Le Monde diplomatique*, in versione originale francese e in versione italiana tradotta. In un primo momento è stata studiata la funzione di anticipazione cataforica di titoli, occhielli e sommari, resa possibile grazie all'utilizzo di parole-chiave ripetute tali e quali nell'articolo, oppure riprese attraverso fenomeno di sinonimia, iperonimia e iponimia. Tali parole-chiave "rimbalzano" infatti dal titolo all'occhiello, al sommario, al testo, tessendo una trama di rimandi, che rendono più coerente e coeso l'articolo, e facilitano la fruizione del pezzo. Successivamente sono state prese in esame le versioni tradotte degli articoli, al fine di studiare le ripercussioni, su tali reti di rimandi, di eventuali modifiche traduttive.

**Keywords:** translated journalism, cataphoric presupposition, anaphoric presupposition, traduzione giornalistica, anticipazione cataforica, ripresa anaforica, le monde diplomatique

---

### 1. Le Monde diplomatique

*Le Monde diplomatique*, periodico mensile francese d'informazione e d'opinione, rappresenta certamente un caso singolare, per non dire eccezionale, nel panorama giornalistico francofono e più in generale europeo, per tiratura, numero di edizioni in lingue e paesi stranieri, intenti e qualità dell'informazione.

Fondato nel maggio del 1954 da Hubert Beuve-Méry, il periodico è inizialmente introdotto come supplemento mensile del prestigioso quotidiano *Le Monde*; sottotitolato "Journal des cercles consulaires et diplomatiques", si rivolge essenzialmente al mondo delle ambasciate e dei corpi diplomatici e si occupa di politica estera e relazioni internazionali, rimanendo fedele alla linea editoriale del giornale di cui fa parte. Nel 1973, la nomina di Claude Julien a capo della rivista segna una vera e propria svolta: acuto conoscitore degli Stati Uniti, come pure dei paesi del Sud del mondo, Julien si avvale infatti di collaboratori che non fanno parte della cerchia di *Le Monde*, avviando così un'autonomia redazionale di fatto e ampliando considerevolmente i temi trattati. Nel corso degli anni Ottanta e Novanta, l'équipe di *Le Monde diplomatique*, sempre diretta da Julien, rafforza la propria autonomia di gestione e diviene una filiale della società "Le Monde SARL". Il suo capitale viene ceduto dalla società madre per il 49%: tale percentuale è poi suddivisa fra due nuovi azionisti, l'"Association Gunter Holzmann", che riunisce fra i vari membri il personale della rivista, e l'"Association des Amis du Monde Diplomatique", che raggruppa invece i lettori della pubblicazione. La rivista si assicura così l'indipendenza economica, redazionale e politica rispetto a *Le Monde*, acquisendo un ruolo di sempre maggior rilievo nel contesto giornalistico francese.

La redazione attuale ha come direttore della pubblicazione Ignacio Ramonet, direttore generale Bernard Cassen e redattore capo Maurice Lemoine. Fra i redattori capo aggiunti figurano Martine Bulard, Serge Halimi e Anne-Cécile Robert. Solo quattro i redattori, Bernard Cassen, Alain Gresh, Philippe Rivière e Dominique Vidal, ma il giornale si avvale anche della collaborazione di esperti dell'ambiente accademico o delle istituzioni internazionali, che firmano articoli contrassegnati da una considerevole qualità dell'informazione.

Dichiaratamente schierato a sinistra, "terzomondista" e fermo detrattore del neoliberismo economico, il periodico tratta un'ampia varietà di argomenti di rilevanza internazionale: dalle problematiche dei paesi in via di sviluppo alle crisi fra le civiltà, alle grandi questioni monetarie ed economiche, ambientali, culturali, senza dimenticare la recente rivoluzione nell'ambito delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Rivendica un approccio particolarmente accurato e approfondito, ma anche un punto di vista "engagé" e una sostanziale autonomia di giudizio critico:

héritier d'une histoire prestigieuse, résolument à part dans un paysage médiatique de plus en plus uniforme, *Le Monde diplomatique* conjugue une large ouverture sur les questions internationales avec une vision critique de ce qui reste le plus souvent dans l'"angle mort" de la presse : ravages du dogme libéral, dangers du prétendu "choc des civilisations", "chances et enjeux des nouvelles technologies de la communication"... Pourfendeur dès 1995 de la "pensée unique", porteur d'une "manière de voir" particulière, *Le Monde diplomatique* est, grâce à ses analyses

approfondies et à ses points de vue engagés, un journal de référence pour tous ceux qui veulent comprendre, mais aussi changer, le Monde actuel[1].

Il periodico ha inoltre segnato, soprattutto negli ultimi anni, alcune tappe fondamentali nel panorama intellettuale internazionale: in un editoriale del 1995, Ignacio Ramonet utilizza per la prima volta l'espressione "pensée unique", una formula che conoscerà uno straordinario successo nel dibattito su questo tema, molto caro alla rivista. Un editoriale dello stesso redattore del 1999 fornirà inoltre l'impulso per la creazione dell'associazione altermondialista internazionale ATTAC ("Association pour la taxation des transactions financières et pour l'aide aux citoyens"), il cui obiettivo iniziale è introdurre una tassa sui movimenti internazionali di capitali per scoraggiare la speculazione, utilizzando il denaro ricavato per finanziare progetti di sviluppo ecologico e sociale. Non si può non citare, infine, il ruolo di *Le Monde diplomatique* nell'organizzazione del Forum sociale mondiale di Porto Alegre. Dato il suo carattere apertamente schierato, la rivista è stata spesso soggetta a critiche: fra le più aspre, quella di "simpatizzare" o perlomeno di non condannare abbastanza apertamente il regime castrista; l'atteggiamento troppo polemico e non neutrale nei confronti dello stato d'Israele, che tradirebbe una linea filo-palestinese; l'introduzione d'inserzioni pubblicitarie, seppur in quantità minime, che renderebbero il periodico facile bersaglio di ricatti e manipolazioni da parte delle multinazionali.

*Le Monde diplomatique* è stata la prima testata, fra quelle di maggior rilievo, a offrire un'edizione elettronica gratuita in versione integrale[2], a partire dal mese successivo all'uscita in edicola. Sul sito del giornale sono presenti inoltre brevi estratti degli articoli del numero in corso. Se si considera il carattere periodico della rivista, che non presenta di conseguenza la "deperibilità" delle pubblicazioni a carattere quotidiano, nonché il taglio sempre approfondito degli articoli, risulta evidente l'importanza dell'edizione online per quanto concerne la democraticità dell'accesso all'informazione.

Infine, il mensile può vantare ben 67 edizioni internazionali in formato cartaceo e/o elettronico, in 26 lingue[3], che testimoniano l'interesse per così dire planetario dei suoi articoli, nonché la qualità della pubblicazione. Tali edizioni sono distribuite in numerosi paesi dell'Europa occidentale e orientale, ma sono attestate anche negli altri continenti, in particolare in Africa, Asia e America Latina, con pubblicazioni in arabo, cinese, giapponese e naturalmente inglese e spagnolo. Esiste persino un'edizione in esperanto, disponibile unicamente in formato elettronico.

La versione italiana è stata fondata nel 1994, è pubblicata da *il manifesto*, ed esce in edicola come supplemento del quotidiano il 15 o 16 di ogni mese, con uno scarto di 15 giorni rispetto alla pubblicazione francese. Il fatto che un quotidiano orientato a sinistra abbia scelto di creare un'edizione italiana del prestigioso periodico non è certamente casuale, e denota indubbiamente una sostanziale affinità ideologica e intellettuale: va tuttavia precisato che le due pubblicazioni presentano un carattere autonomo e differenziato. In corrispondenza dell'uscita dell'edizione italiana della rivista, si registra regolarmente un incremento delle vendite del quotidiano, il che dimostra come *Le Monde diplomatique*, pur se ufficialmente presentato come supplemento a *il manifesto*, abbia saputo conquistare un suo lettorato, interessato alle questioni internazionali trattate e al tipo di approfondimento offerto.

La pubblicazione italiana del periodico è curata da tre redattori de *il manifesto*, Guglielmo Ragozzino, Stefano Liberti e Geraldina Colotti[4], più una grafica e alcuni traduttori. Il mensile offre gran parte degli articoli di *Le Monde diplomatique* in versione integrale e tradotta in italiano, più due pagine di "Diploteca", una raccolta di recensioni e segnalazioni di libri pubblicati in Italia. In base agli accordi con la redazione francese, l'edizione italiana è vincolata a offrire una traduzione il più possibile fedele al testo di partenza. Per ogni articolo, è inoltre sempre indicato il nome del traduttore, il che è certamente indice di una certa trasparenza e serietà dal punto di vista dell'aderenza all'originale. Anche l'edizione italiana è presente online[5], e riunisce tutti gli articoli del mensile, in versione integrale, a partire dal mese successivo alla pubblicazione su carta. Agli abbonati, è invece accessibile il numero in corso nella sua integralità sin dal giorno dell'uscita in edicola, con una grafica che riproduce, in tutto e per tutto, in formato pdf la versione cartacea.

## 2. Titoli, occhielli e sommari nella versione francese di *Le Monde diplomatique*

Nell'ambito dello studio del genere giornalistico, si è molto discusso riguardo all'importanza e al valore strategico della titolazione:

elemento del paratesto, peraltro tipicamente peritestuale, il titolo è il "biglietto da visita" dell'articolo, ne decide la sorte interpretativa e, d'altra parte, la titolazione nel suo complesso è capace di esprimere in maniera chiara e trasparente l'ideologia e le strategie di autodefinizione del quotidiano. [...] Un buon titolo può valorizzare il pezzo e finanche identificarne il target potenziale. Un articolo deve, in gran parte, la sua fortuna (ovvero la sua capacità di avere lettori) alle capacità attrattive esercitate dal titolo. [...] In pratica il sistema dei titoli può funzionare come un "index", capace di indirizzare il lettore-ascoltatore verso un percorso di significazione piuttosto che un altro [Bettini 2000: 91-92].

Esistono inoltre numerose proposte di "classificazione" dei titoli: Fausto Bettini applica ad esempio a questa tipologia testuale le riflessioni di Jean-Marie Floch sulle diverse filosofie pubblicitarie. Bettini osserva infatti che il titolo, in quanto biglietto da visita del giornale, può essere considerato una strategia di autopresentazione del giornale stesso, divenendo in altre parole una sorta di slogan pubblicitario. È possibile così suddividere i titoli in quattro macrotipologie. I titoli "referenziali" si limitano ad annunciare in maniera denotativa un avvenimento senza che vi sia intervento da parte della redazione. Vengono poi i titoli mitico-valutativi, "tipici di un giornalismo schierato, di parte che non esita a far ricorso a stereotipi presi a prestito dall'immaginario collettivo per produrre valutazioni ideologicamente orientate" [Jean-Marie Floch in Bettini 2000: 95]. Inoltre, "complementari ai titoli che esprimono valutazioni, troviamo quelli ironici. Anch'essi tipici di un giornalismo schierato, sono però ricchi di figure retoriche come la metafora, la metonimia, la sinecdoche e, naturalmente, l'ironia. Sono presenti sui giornali che si rivolgono deliberatamente a un pubblico colto, capace di apprezzare una titolazione a volte poco informativa in cambio della brillantezza e dell'immediatezza" [Jean-Marie Floch in Bettini 2000: 95]. Infine, l'ultima tipologia è costituita dai cosiddetti "titoli descrittivi", più incisivi di quelli referenziali, ma non altrettanto brillanti rispetto a quelli ironici [Jean-Marie Floch in Bettini 2000: 95].

Anche Christiane Nord si è occupata dell'analisi dei titoli di giornale, in particolare in relazione alla questione della loro traduzione. Secondo la studiosa, oltre a veicolare una precisa funzione in un determinato contesto culturale, i titoli "are characterized by structural features which are not directly relatable to situational

conditions, and sometimes seem very arbitrary. They are determined by [...] conventions and intertextual relationships existing in a particular culture. [...] The relationship between function-dependent and conventional features shown by a particular title [...] determines its communicative effect” [Nord 1995: 262].

Le funzioni svolte dai titoli corrispondono alle sei funzioni del linguaggio. Secondo Nord, tre di esse sono essenziali e comuni a tutti i titoli: la funzione distintiva, volta a instaurare la comunicazione fra autore e lettore dell'articolo e a connotare il titolo come unico; metatestuale, il cui ruolo è quello di far riconoscere il titolo come tale dal destinatario; fatica, che impone che il titolo sia incisivo, al fine di destare l'attenzione [Nord 1995: 264]. Le tre restanti sono invece facoltative: così, è proprio il loro manifestarsi ad attribuire al titolo in questione una precisa fisionomia. La funzione informativa o referenziale serve a trasmettere un'informazione riguardo a un referente del mondo esterno. Quella espressiva “comprises the emotive subfunction (that is, expression of emotions, e. g. by means of diminutives or superlatives, by reference to feelings [...] or to involvement [...] and the evaluative subfunction (that is, expression of quality assessment, e. g. by means of positive/negative connotations)” [Nord 1995: 276-277]. Infine la funzione appellativa “is intended to take up the contact established by the phatic function and induce the title recipient (a) to read [...] the co-text and/or (b) to read and interpret it in a specific way. Therefore we have to distinguish at least two subfunctions in this context: that of definitely attracting the reader (a kind of advertising function) and that of guiding the readers' interpretation (a kind of instructive function)” [Nord 1995: 278]. La funzione istruttiva è caratterizzata a sua volta dall'uso di metafore, simboli, allegorie e citazioni [Nord 1995: 278].

È evidente come nel caso di una pubblicazione sofisticata e ambiziosa quale *Le Monde diplomatique* la titolazione rappresenti un processo complesso e delicato. In linea generale, è possibile affermare che i titoli del giornale ne riflettono ampiamente le caratteristiche intrinseche e l'orientamento ideologico.

Per quanto concerne l'aspetto organizzativo, il giornalista che scrive il pezzo propone anche un titolo[6]; se è giudicato valido, viene mantenuto, tuttavia, il più delle volte subisce alcune modifiche, talvolta radicali. In particolare, spetta al giornalista/redattore responsabile dell'argomento o della zona geografica in questione, dopo aver riletto e corretto l'articolo, proporre eventualmente un nuovo titolo. È poi questa stessa persona a occuparsi anche di occhiello, sommario ed eventuali sottotitoli. Infine, prima della pubblicazione, il redattore capo e i redattori capo aggiunti confrontano fra loro tutti i titoli degli articoli del numero in questione. Anche in questo caso, possono essere decise ulteriori modifiche. Esistono ad esempio alcune semplici regole di base, di carattere formale: evitare per quanto possibile le ripetizioni (parole ripetute in più titoli); avere cura di non creare più di due o tre titoli che comincino con l'articolo determinativo, modificando gli altri affinché inizino con un'altra categoria grammaticale. Salvo eccezioni, si evita inoltre di ricorrere a più di un titolo per numero in forma interrogativa. Infine, si cerca di menzionare sempre, nel titolo, il luogo di riferimento. Le stesse regole valgono anche per gli occhielli: in particolare, la redazione cerca di evitare ripetizioni fra titolo e occhiello.

Al di là di questi accorgimenti di ordine più formale e superficiale, i titoli rivelano inoltre una linea coerente e unitaria, contrassegnata da una serie di scelte stilistiche e di contenuto, conformi all'orientamento editoriale. In questo modo, la titolazione acquisisce una fisionomia facilmente riconoscibile e dunque familiare per il lettore del giornale.

Si tratta generalmente di titoli brevi, di non più di due righe, che richiedono un tempo di lettura molto rapido. Sono in genere costituiti da poche parole, e presentano un carattere di incisività. Talvolta non sono del tutto trasparenti, ovvero non richiamano di primo acchito un tema ben preciso, ma, al tempo stesso, presentano sempre un carattere di concretezza e riconoscibilità. In altre parole, offrono quasi sempre un appiglio alla realtà e la possibilità di intuire il soggetto trattato, il che è dovuto alla scelta di evitare espressioni retoriche e stereotipate, come pure astrazioni eccessive o intellettualismi fini a se stessi.

La maggior parte dei titoli rientrano nelle tipologie dei titoli mitico-valutativi e ironici di Floch; stando invece alla proposta introdotta da Nord, sono certamente la funzione espressiva e quella appellativa a prevalere, benché non sia mai del tutto assente una certa carica informativa. In altre parole, la titolazione tende a veicolare una precisa presa di posizione etica e ideologica, conforme all'orientamento della pubblicazione, che impone una griglia d'interpretazione del pezzo, destinata a guidare la lettura dell'articolo. Si potrebbero citare numerosi esempi: basti pensare a un titolo quale “Petites mains du Sud pour Firme du Nord” [7] [Servant gennaio 2006a: online], relativo a un articolo sulla multinazionale Wal-Mart e alle inumane condizioni di lavoro che tale società impone ai propri dipendenti nei paesi in via di sviluppo. Il titolo rivela così esplicitamente il biasimo morale del giornalista ed evoca una serie di tematiche care al giornale: la contrapposizione fra Nord e Sud del mondo, l'impotenza della classe operaia nei confronti delle multinazionali, il lavoro minorile. Si consideri inoltre che nell'articolo si accenna sì al lavoro dei bambini, ma solo di sfuggita, mentre il titolo sottolinea in maniera rilevante tale aspetto, il che dimostra come la titolazione del periodico non voglia essere solo indicativa del contenuto degli articoli, ma anche e soprattutto evocare una serie di associazioni che vanno al di là del pezzo giornalistico.

Anche i giochi di parole, ora ironici ora sarcastici, servono a far passare un messaggio generalmente schierato, come nel caso di “Fruits amers de la “banane dollar” équatorienne” [Revelli maggio 2006: online]. In questo titolo, l'accostamento fra l'espressione idiomatica “fruits amers”, da intendersi in senso proprio e figurato, e un frutto dolce come la banana rimanda a una realtà contrassegnata da una straordinaria ricchezza naturale, sfruttata purtroppo dalle multinazionali a discapito delle popolazioni indigene.

Certo non mancano i titoli in cui prevale la funzione referenziale studiata da Nord, i cosiddetti “titoli descrittivi” secondo la tipologia Floch; si pensi ad esempio a “Controverses en Inde autour de l'histoire coloniale” [Chatterjee febbraio 2006: online]; “Approches américaines de l'histoire de l'esclavage” [Hahn marzo 2006: online]; “L'armée américaine lasse de la guerre” [Lieven giugno 2006: online].

Come già accennato precedentemente, i titoli del periodico non sono sempre trasparenti: talvolta la volontà di trasmettere una connotazione particolare, o di creare un gioco di rimandi intertestuali, sono all'origine di titoli che, presi singolarmente, difficilmente permettono al lettore di cogliere il soggetto dell'articolo. Va aggiunto, tuttavia, che nella maggior parte dei casi i titoli sono accompagnati da un breve occhiello e, in molti casi, da un sommario. Nel caso di articoli molto lunghi, si osserva inoltre la presenza di “sottotitoli”, che scandiscono le varie parti del pezzo.

Gli occhielli, brevissimi, costruiti in forma nominale, spesso sulla base di parole-chiave, presentano un carattere informativo, richiamando l'argomento di cui si sta parlando, e completando così in maniera più

denotativa/referenziale il contenuto del titolo. Non manca tuttavia qualche esempio in cui traspare chiaramente un giudizio morale: un articolo sul contratto del primo impiego in Francia, intitolato polemicamente “Révoltes contre l’emploi au rabais”, è così accompagnato da un occhiello apertamente accusatorio nei confronti del governo, “Illusionnisme et opportunisme du gouvernement français” [Lebaron, Mauger aprile 2006: online].

Per quanto concerne invece i sommari, si tratta generalmente di veri e propri brevi riassunti, che preannunciano in maniera più dettagliata il contenuto dell’articolo. Va osservato però che, in svariati casi, il sommario può contenere anche riferimenti all’attualità che sono sì legati al tema affrontato dal pezzo, ma che non vi sono poi trattati. È il caso dell’articolo intitolato “Approches américaines de l’histoire de l’esclavage” [Hahn marzo 2006: online], relativo a una serie di nuove teorie americane riguardo alla questione della schiavitù. Nel sommario, è infatti presente un’allusione alla posizione della Francia rispetto a questa problematica, che non compare affatto nell’articolo. La presenza di tale allusione rappresenta probabilmente un richiamo all’attualità del paese di pubblicazione, che vuole essere un ulteriore stimolo alla lettura. Infine, in altri casi, la presenza di parti del sommario non riprese nell’articolo è legata a un esplicito rimando intertestuale ad altri articoli dello stesso numero o di numeri precedenti.

### **3. Titoli, occhielli e sommari nelle edizioni francese e italiana di *Le Monde diplomatique*: anticipazione cataforica o ripresa anaforica?**

Come sottolineato nel capitolo precedente, titoli, occhielli e sommari creano una struttura complessa, che va a incidere in maniera rilevante sull’interpretazione dell’articolo. Da un lato, tale apparato paratestuale, o, per esser più precisi, peritestiuale, rappresenta il primo impatto con il pezzo giornalistico, svolgendo un ruolo decisivo per quanto concerne la decisione di leggere l’articolo. Dall’altro, e soprattutto nel caso di titoli imperniati sulla funzione espressiva e appellativa, questi elementi tendono a imporre una lettura orientata e connotata dal punto di vista etico e ideologico. Il tutto è poi coniugato a una certa ricercatezza linguistica, che si esprime nella scelta oculata delle parole, appartenenti all’idioletto proprio del periodico, nell’uso dell’ironia o di qualche figura retorica, senza rinunciare a un impatto incisivo e dinamico.

Oltre a tutti questi aspetti essenziali, vorremmo evidenziare un ulteriore “valore aggiunto” dei titoli, su cui si è forse riflettuto in misura minore, vale a dire la loro funzione di anticipazione cataforica e/o ripresa anaforica, resa possibile grazie all’utilizzo di parole-chiave ripetute tali e quali nell’articolo, oppure riprese attraverso fenomeno di sinonimia, iperonimia e iponimia. Tali parole-chiave “rimbalzano” così dal titolo all’occhiello, al sommario, al testo, tessendo una trama di rimandi, che rendono più coerente e coeso l’articolo, offrendo al lettore una rete di riferimenti e facilitando la fruizione del pezzo, così come della pubblicazione considerata nella sua totalità. Per anafora, intendiamo “un atto di riferimento [...] fatto ad un’entità extratestuale alla quale si è già fatto riferimento con un’espressione antecedente che si trova nel co-testo” [Conte in Sull’anafora: atti del seminario 1981: 44]. La presenza di tali riferimenti “engendre le sentiment que tel discours développe tel thème, qu’il est “au sujet de tel objet, individu, événement, dont les différentes facettes ou ingrédients sont exposés” [Charolles in Moirand, Ali Bouacha, Beacco, Collinot 1995: 308]. In particolare, vorremmo riflettere sul ruolo dell’anafora, “qui peut être d’ordre lexical et utiliser différents types de relations sémantiques, par exemple [...]: la répétition du terme, avec généralement une marque qui indique cette réitération. [...] L’équivalence sémantique (parasynonymes de discours), avec généralement une marque qui indique la relation. [...] L’inclusion sémantique (hyperonymes de la langue)” [Moirand 1990: 22].

Non intendiamo addentrarci in un’analisi strettamente linguistica del fenomeno anaforico/cataforico; il nostro obiettivo sarà invece studiare come l’anafora lessicale funzioni nell’ambito del testo giornalistico, creando solidi rapporti fra elementi paratestuali (titolo, occhiello, sommario) e testo, e, in un secondo momento, considerare come tali relazioni siano rese nella traduzione italiana. In altre parole, la nostra vuole essere una riflessione sui meccanismi di ripresa inerenti al testo giornalistico e sulla loro possibile traduzione. Tali meccanismi possono infatti rivelarsi cruciali, poiché la lettura

se déroule selon une logique qui lui est propre et qui est, le plus souvent, totalement étrangère à toutes les formes de narrativité linéaire, ce qui rend tout à fait indispensables à la cohésion de l’ensemble les différentes formes de répétitions, reprises, réduplications, rappels, anaphores ou cataphores. C’est un peu comme si [...] les répétitions étaient organisées en un dispositif particulier de renvois susceptible de tracer, pour le lecteur qui suit ses consignes implicites, un itinéraire qui vient se superposer au chemin linéaire de la lecture matérielle, pour conforter ou au contraire suspendre l’aboutissement d’une interprétation [Amr Helmy in Amr Helmy, Hassane 2000: 142].

Le osservazioni di Amr Helmy Ibrahim, relative alle funzioni delle ripetizioni nel Corano e alla loro traduzione in francese, appaiono particolarmente calzanti anche per quanto concerne il testo giornalistico: in questo caso, la presenza degli elementi paratestuali permette allo sguardo del lettore di compiere un percorso non “lineare”, saltando da un elemento all’altro. Nell’effettuare tali passaggi, dal titolo all’occhiello, al sommario e infine all’articolo, il suo occhio e la sua mente sono certamente agevolati dalla presenza di meccanismi anaforici/cataforici, ovvero dalla presenza di parole-chiave o concetti ripetuti o ripresi per sinonimia o inclusione semantica. La presenza di tali meccanismi gli consente infatti di seguire un “filo rosso”, che può garantire la riconoscibilità delle tematiche trattate, agevolando la decisione di leggere o eventualmente “scartare” il pezzo prima, e facilitandone poi la fruizione.

Resta tuttavia da chiarire se il titolo abbia funzione di anticipazione cataforica, oppure di ripresa anaforica, il che dipende, almeno teoricamente, dall’ordine in cui vengono letti elementi paratestuali e articolo. Eppure tale ordine non è lo stesso, a seconda che si consideri il punto di vista del giornalista e quello del lettore, il che rende difficile stabilire se il rimando si sviluppi dal titolo al pezzo o viceversa. Dal punto di vista puramente organizzativo e tecnico, nel caso del periodico in questione, il giornalista che scrive l’articolo non si occupa della creazione di titolo, occhiello, sommario e sottotitoli, i quali vengono decisi dalla redazione in base alla linea editoriale, garantendo così una certa omogeneità. Più precisamente, il giornalista propone un titolo, che viene tuttavia quasi sempre modificato o addirittura sostituito da un altro, ideato dal responsabile di quella rubrica oppure dalla redazione. In termini puramente temporali, in un primo momento ha luogo la redazione dell’articolo da parte del giornalista, che avrà un suo stile e una serie di tratti idiolettali, e che approfondirà un determinato argomento, contrassegnato da parole e concetti chiave. È solo in un secondo momento che la redazione elaborerà occhielli, titoli e sommari, tenendo conto da un lato dell’aspetto tematico, e dall’altro di strategie e tecniche di titolazione, conformi alla linea editoriale. Così, titoli, occhielli e sommari risultano spesso intrisi di rimandi intertestuali, e presentano al tempo stesso parole ed espressioni fortemente connotate, riconoscibili da parte del lettore come tipiche dell’idioletto di *Le Monde Diplomatique*. La presenza di riprese e rimandi fra fattori

paratestuali e articolo permette dunque in definitiva di fondare una continuità tematica, e di coniugare lo stile del giornalista a quello del periodico. Se si considera l'ordine cronologico e il punto di vista dei giornalisti e redattori del giornale, sono pertanto titoli, occhielli e sommari a istituire una serie di riprese anaforiche rispetto al testo dell'articolo vero e proprio. Al contrario, dal punto di vista del lettore, titoli, occhielli e sommari creano una serie di anticipazioni cataforiche, riprese poi nell'articolo. La questione può sembrare oziosa, ma non lo è: nell'esaminare la rete di rimandi, bisognerà infatti tenere conto del fatto che ciò che il lettore legge per primo, vale a dire presumibilmente il titolo, seguito da occhiello e sommario, è stato in realtà creato a posteriori, sebbene per tale lettore si tratti solo dell'inizio di un percorso. Tuttavia, dal punto di vista di chi il giornale lo crea, il percorso migliore è probabilmente quello a ritroso: considerando la rilevanza strategica del titolo, è in effetti a posteriori che risulta più efficace selezionare parole o espressioni da riprendere all'interno degli elementi paratestuali.

Quanto all'edizione italiana, il traduttore ha il compito di trasporre articolo e sommario; successivamente, la redazione corregge le nuove versioni, e crea titoli e occhielli. Per quanto concerne il pezzo vero e proprio, la redazione italiana è tenuta a proporre una traduzione il più possibile aderente al testo di partenza, salvo eventuali aggiornamenti dovuti allo scarto di tempo fra la pubblicazione delle due edizioni, o modifiche/aggiunte motivate da ragioni culturali, per esempio la necessità di spiegare meglio un riferimento che risulterebbe oscuro al lettore italiano. La redazione italiana si è posta inoltre come obiettivo di rimanere piuttosto fedele anche al titolista francese, ma può riservarsi il diritto di modificare titolo, occhiello e sommario non soltanto in funzione di necessità "culturali", ma anche puramente stilistiche, dovute alla volontà di imporre, per la versione tradotta, uno stile almeno parzialmente autonomo. Per quanto concerne la questione dei rimandi, sia il traduttore che la redazione italiana hanno di fronte elementi paratestuali e testo dell'articolo nella loro globalità. Tuttavia, anche in questo caso, la traduzione avviene dal punto di vista cronologico prima della creazione di titolo e occhiello, e anche il sommario può essere modificato dalla redazione. Di conseguenza, ancora una volta, dal punto di vista temporale sono i fattori paratestuali ad avere valore di ripresa anaforica rispetto all'articolo. Eppure, se si considera la prospettiva del lettore, titolo, occhiello e sommario hanno valore di anticipatori cataforici di una serie di elementi reperibili nell'articolo. Inoltre, rispetto all'edizione francese, la possibilità da parte della redazione italiana di cambiare titolo, occhiello e sommario può modificare la rete di rimandi anaforici/cataforici creata nell'articolo di partenza, costruendo una nuova trama, improntata a logiche diverse. Del resto, "d'une langue à l'autre, la forme de la reprise peut donner lieu à une différenciation maximale des mécanismes qui la commandent. Elle permet alors de se faire une idée de la manière avec laquelle chacune de ces deux langues assure la cohésion du discours, c'est-à-dire la continuité de la construction du sens et son insertion dans la durée. Sa fixation" [Amr Helmy in Amr Helmy, Hassane 2000: 155].

Non si può non citare, infine, nel caso del testo giornalistico, l'importanza dell'aspetto grafico, del lay-out del foglio, che svolge senza alcun dubbio un ruolo fondamentale per quanto concerne l'architettura dei rimandi. La versione cartacea di *Le Monde diplomatique* si presenta allo sguardo come un quotidiano e non come una rivista, malgrado il carattere periodico della pubblicazione. Tale scelta denota verosimilmente la volontà di distinguersi da entrambi i tipi di giornalismo, offrendo un punto di vista che li coniuga entrambi e al tempo stesso se ne distacca. La grafica, tipica di un quotidiano, vuol sottolineare probabilmente l'attualità dei temi trattati, ma anche la scelta di un taglio sostanzialmente "pulito", privo dei fronzoli caratteristici della stampa periodica. Rispetto al quotidiano, *Le Monde diplomatique* si differenzia tuttavia per il carattere approfondito degli articoli, per la presenza di note, spunti bibliografici, rimandi intertestuali ad altri articoli o testi, e infine per l'indicazione del profilo del giornalista, caratteristiche tipiche delle riviste a carattere scientifico.

Tralasciando le immagini<sup>[8]</sup>, ciò che spicca maggiormente nel foglio grazie alla posizione privilegiata, alle dimensioni e al rilievo dei caratteri è senz'altro il titolo, il primo elemento a essere letto dal lettore. Subito dopo, l'occhio è verosimilmente attirato dall'occhiello, situato sopra il titolo, e realizzato utilizzando un carattere diverso e leggermente più piccolo, ma sempre in grassetto e sottolineato. Anche la brevità dell'occhiello favorisce il soffermarsi dello sguardo. Fra titolo e occhiello si trova poi il sommario, redatto in corsivo con un carattere di dimensioni inferiori. Probabilmente, il sommario viene letto solo se titolo e occhiello hanno incuriosito il lettore, il quale, dopo aver scorso rapidamente anche questo terzo elemento, deciderà se addentrarsi nell'articolo o continuare a sfogliare il giornale.

Per quanto concerne l'edizione pubblicata da *il manifesto*, essa presenta una sua fisionomia grafica autonoma, distinta da quella francese. Tuttavia, si può osservare anche una sostanziale e consapevole somiglianza fra le due pubblicazioni. La versione italiana non nasconde infatti la filiazione rispetto a quella francese, e ne mantiene le caratteristiche essenziali: l'aspetto di un quotidiano, la disposizione generale di occhiello, titolo, sommario, sottotitoli e note. Si può parlare dunque di una certa volontà di personalizzazione e distinzione, pur senza violare i tratti distintivi del periodico francese. Di conseguenza, per quanto concerne il nostro discorso sulle riprese, si può considerare una sostanziale affinità dei lay-out.

L'architettura delle ripetizioni e dei rimandi è dunque consolidata, nel testo giornalistico, dall'organizzazione e presentazione grafica. In effetti, è più facile cogliere tale trama di riprese se il lay-out del foglio sottolinea il ruolo, l'importanza e la gerarchia dei vari elementi che costituiscono un articolo.

Per concludere, accenniamo brevemente alla questione delle edizioni elettroniche delle due testate. A tal proposito, val la pena spendere qualche parola non tanto sulle versioni a pagamento, che riproducono in formato pdf il periodico mantenendo inalterata la presentazione grafica, incluse le immagini, quanto su quelle gratuite, accessibili a qualunque navigatore. In particolare, è interessante evidenziare in tali edizioni elettroniche la presenza di differenze, dal punto di vista grafico, rispetto alle versioni cartacee, differenze che possono alterare anche significativamente la trama delle riprese. Nella versione italiana, ad esempio, gli articoli sono accessibili in due versioni, una pensata per la lettura online, l'altra per la stampa. In entrambi i casi, come nell'edizione cartacea, si susseguono rispettivamente occhiello, titolo, sommario, autore, articolo. Tuttavia, la versione online differenzia tramite i colori, le dimensioni e il formato dei caratteri i tre elementi paratestuali, mantenendo fra loro la gerarchia comune anche al foglio stampato. La versione stampabile è invece redatta interamente utilizzando lo stesso carattere per colore, forma e dimensioni. Occhiello, titolo, sommario, autore e testo non sono dunque differenziati graficamente in alcun modo, ma semplicemente distinti grazie a spazi più o meno ampi fra i vari elementi. La conseguenza è che scompare la loro gerarchia: in altre parole, si è tentati di leggere le varie parti semplicemente in sequenza, dall'alto verso il basso, il che può rendere la fruizione del testo, considerato nel suo insieme, meno scorrevole e coesa dal punto di vista tematico.

Si consideri infine che, contrariamente alla versione cartacea, oggetto di cambiamenti abbastanza rari, la grafica dei siti web è soggetta a frequenti modifiche, il che può rendere le pubblicazioni online, almeno potenzialmente, una sorta di “laboratorio” di soluzioni inedite e sperimentali, per quanto effimere.

#### 4. La traduzione dei titoli anaforici/cataforici

Nel caso del testo giornalistico, come pure in quello letterario, la traduzione dei titoli rappresenta un'operazione complessa, che coinvolge non soltanto le problematiche traduttive generali, comuni a ogni operazione di trasposizione interlinguistica, ma anche una serie di fattori inerenti al loro ruolo paratestuale. In altre parole, data la rilevanza strategica dei titoli e la loro funzione di “indicatori” di una certa linea editoriale, la traduzione di questi elementi sarà probabilmente orientata almeno parzialmente in favore del contesto e della cultura d'arrivo, e in particolare della pubblicazione per la quale gli articoli vengono tradotti. In effetti, “it is assumed that there are social, cultural and cognitive constraints on the organizational properties of media messages, i. e. that there is a systematic relationship between news text and context. Schematic and thematic structures of news are not arbitrary but a result of social and professional routines of journalists in institutional settings and constitute an important condition for the effective processing of news text by both journalists and readers” [Sidiropoulou 1995: 287]. È dunque verosimile attendersi modifiche nella traduzione dei titoli; inoltre “given that texts are seen as carriers of ideological load [...] the diversity observed in the target headline versions is expected to be meaningful; the type of alteration adopted is expected to be consistent with patterns which vary cross-culturally” [Sidiropoulou 1995: 286].

Naturalmente, il titolo del testo d'arrivo non deve essere necessariamente modificato; al contrario, è sempre possibile adottare il partito dell'aderenza alla titolazione di partenza, purché tale scelta sia coerente rispetto alla linea editoriale adottata dalla pubblicazione in cui comparirà l'articolo. In ogni caso, quale che sia la strategia adottata, essa sarà sempre rivelatrice dell'approccio alla cultura di partenza e al tempo stesso a quella d'arrivo, e rappresenterà una presa di posizione in favore dell'una o dell'altra, in bilico dunque fra fedeltà e adattamento. In altre parole, la traduzione dei titoli sarà subordinata a una serie di fattori: alle scelte redazionali ed editoriali delle pubblicazioni di partenza e d'arrivo, specie nel caso in cui la versione tradotta sia un'edizione straniera di una testata di un determinato paese, come per *Le Monde Diplomatique*, e all'influenza del contesto socio-culturale, e giornalistico, del testo originale e di quello tradotto.

Lo studio delle modifiche, più o meno radicali, introdotte nei titoli tradotti rappresenta di conseguenza un argomento di sicuro interesse. In un articolo centrato proprio sulla versione spagnola di *Le Monde Diplomatique*, Gemma Andújar Moreno propone un'analisi contrastiva dei titoli delle due pubblicazioni, dimostrando come la tendenza sia proprio quella di un sostanziale rispetto della titolazione di partenza. In effetti il suo studio ha messo in evidenza

un large échantillon de stratégies de traduction qui soulignent le poids de la culture de départ pour orienter la démarche globale des traducteurs. En effet, les traducteurs ont choisi majoritairement de respecter les particularités des titres français et ces traductions littérales constituent la modalité la plus fréquente et la moins perturbatrice du point de vue sémantico-pragmatique. On peut affirmer donc que, dans la traduction des titres de notre corpus, les considérations d'acceptabilité dans la culture journalistique d'arrivée ont cédé le pas aux considérations d'adéquation [Andújar Moreno 2006: online].

Per quanto concerne l'edizione italiana di *Le Monde Diplomatique*, è forse la proposta teorica di Christiane Nord a cogliere meglio la linea adottata in traduzione. Nord prende le mosse infatti dalla Skopos-Theorie[9], temperandone tuttavia l'approccio fortemente funzionalista e “target-oriented” con la sua nozione di “Loyalität” [Nord 1991: 91-109]. Il risultato è un orientamento più equilibrato, in bilico fra fedeltà al testo di partenza e soprattutto alle intenzioni del mittente del messaggio da un lato e dall'altro accettabilità in relazione al contesto d'arrivo. Nel caso particolare della titolazione, la studiosa parte dal presupposto, cui abbiamo già accennato, che le funzioni distintiva, metatestuale e fatica siano comuni a tutti i titoli, mentre quella referenziale, espressiva e appellativa siano tipiche solo di alcuni di essi. Di conseguenza, è possibile formulare, secondo Nord, alcune linee guida per la loro trasposizione:

in order to make sure that the translated title is appropriate to achieve the three basic functions in the target culture, the translator should follow the principle of functionality. That is, the target title has to be in keeping with target-cultural norms and conventions with regard to form, syntax, textual design, and function-markers.

The optional functions are determined not only by norms and conventions but also by the sender's specific intentions. Therefore, the translator should strive to make functional strategies compatible with the principle of loyalty towards the sender's intentions and the recipients' expectations [Nord 1995: 270].

In questo capitolo, vorremmo proporre una riflessione sulla traduzione di titoli, occhielli e sommari nell'edizione italiana di *Le Monde Diplomatique*, osservando le principali strategie adottate, ma considerandone anche le ripercussioni sull'architettura di ripetizioni e rimandi di cui abbiamo discusso nel punto precedente. Nel corso dell'analisi, parleremo di anticipazioni cataforiche presenti in titoli, occhielli, sommari, e non di riprese anaforiche, adottando il punto di vista del lettore, che si soffermerà prima sugli elementi paratestuali per poi addentrarsi nel pezzo. In questo senso, ci poniamo dunque nella prospettiva del destinatario del messaggio del testo giornalistico, pur tenendo presente che l'ottica è rovesciata se si considera quella dei mittenti, giornalisti e redazione.

La nostra analisi si è articolata in due fasi. In un primo momento, abbiamo confrontato fra loro tutti i titoli, francesi e italiani, dei primi sei numeri (da gennaio a giugno) del 2006. Si consideri a tal proposito che, per ogni numero, l'edizione italiana traduce circa una ventina di articoli, vale a dire, in pratica, la maggioranza dei pezzi della pubblicazione originale. In questa prima fase abbiamo dunque passato in rassegna in totale 118 articoli, analizzando quanti titoli italiani si differenziassero da quelli francesi. Abbiamo così appurato come 60 titoli fossero tradotti letteralmente, e come invece 58 titoli fossero lievemente o radicalmente modificati. Va subito aggiunto, tuttavia, che in molti casi le modifiche sono davvero minime e non sostanziali. Di conseguenza, i titoli variati con ripercussioni evidenti dal punto di vista del lettore italiano, vale a dire i titoli che cambiano sensibilmente la portata informativa, espressiva o appellativa dell'originale francese, sono in realtà considerevolmente meno di 58. Infine, va aggiunto che nella stragrande maggioranza dei casi analizzati, si osserva sempre una certa aderenza al titolo francese, un qualche legame di ordine contenutistico o ideologico, o ancora stilistico. Di conseguenza, accanto alla volontà dell'edizione italiana di imporre un suo stile e una sua linea

autonomi, personalizzando così la pubblicazione e adattandola a un diverso contesto giornalistico, sociale e culturale, coesiste la tendenza a conservare un consapevole e chiaro legame rispetto alla pubblicazione francese. Tale affinità permette così di rendere immediatamente riconoscibile, anche a un lettore inesperto, la filiazione dell'una rispetto all'altra.

Terminata questa prima fase di raffronto, abbiamo poi ristretto ulteriormente il campo d'indagine, selezionando innanzi tutto, fra il campionario degli articoli già spogliati, quelli che nella versione italiana presentavano modifiche, lievi o radicali, rispetto all'edizione francese. Successivamente, abbiamo conservato all'interno del corpus d'analisi solo gli articoli che presentavano contemporaneamente, oltre al titolo, anche occhiello e sommario, scartando quelli privi di uno o entrambi questi elementi. Quest'ultimo criterio di selezione è, com'è ovvio, puramente arbitrario, e legato alla volontà di studiare il fenomeno delle riprese in relazione ad articoli particolarmente complessi dal punto di vista della presenza degli elementi paratestuali, ritenendo che possa essere più interessante osservare tali meccanismi in presenza di una ricca trama di potenziali "rimbalzi" fra titolo, occhiello, sommario e testo. Adottando tutti questi criteri, abbiamo raccolto così un corpus di 35 articoli francesi, più le corrispondenti versioni in italiano.

Per quanto concerne i risultati dell'analisi, come già accennato, in svariati casi le modifiche ai titoli francesi sono così lievi da non apportare sostanziali cambiamenti alla portata informativa o espressiva del titolo, né, di conseguenza, alla rete dei rimandi anaforici/cataforici. Si può trattare allora di modifiche morfologiche, legate a una miglior resa stilistica nella versione tradotta, quali ad esempio il passaggio dall'aggettivo al sostantivo, come nel caso di "Alternatives latino-américaines" [Sader febbraio 2006a: online], in italiano "Alternative in America Latina" [Sader febbraio 2006b: online]; la soppressione di una preposizione articolata, ad esempio in "Au Vietnam, l'"agent orange" tue ancres" [Gendreau gennaio 2006a: online], in italiano "Vietnam, l'"agente arancio" uccide ancora" [Gendreau gennaio 2006b: online]; o, ancora, del passaggio da un titolo in forma nominale a uno in forma verbale: "L'armée américaine lasse de la guerre" [Lieven giugno 2006a: online], in italiano "L'esercito americano è stanco della guerra" [Lieven giugno 2006b: online].

Più interessanti sono invece gli esempi in cui le modifiche incidono in maniera più sostanziale sul titolo, influenzando così anche sulla rete dei rimandi. In alcuni casi, gli interventi riguardano la quantità d'informazione, e consistono ad esempio nell'aggiunta di elementi complementari rispetto alla versione originale. È il caso di "Résistances populaires" [Esteves gennaio 2006a: online], un articolo sulla multinazionale Wal-Mart e le resistenze incontrate da parte della popolazione locale nei confronti dell'apertura di nuovi punti vendita negli Stati Uniti. Il titolo è tradotto in italiano "Resistenza popolare contro i soprusi del mega emporio" [Esteves gennaio 2006b: online]; è evidente che si tratta di una versione più informativa rispetto a quella francese, poiché permette d'intuire l'oggetto delle resistenze popolari. Al tempo stesso, l'aggiunta dei nuovi dettagli ha anche una funzione espressiva e appellativa, dovuta all'utilizzo di termini fortemente connotati, che tradiscono il biasimo morale e il sarcasmo del giornalista, quali "soprusi" e "mega emporio". Il titolo italiano presenta inoltre una ripresa anaforica, per sinonimia, rispetto all'occhiello, tradotto fedelmente dal francese "la multinazionale del XXI secolo" [Esteves gennaio 2006b: online]. Infine, l'espressione "mega emporio" trova un'ulteriore eco, sempre per sinonimia, all'interno dell'articolo, dove si parla di "mastodonte", "grandi mostri", "colosso", "scatole da scarpe", "ipermercati". Certo, anche in francese sussistono meccanismi di rimandi e riprese che coinvolgono il titolo: si parla infatti, ad esempio, di "résistances populaires" sia nel sommario che nel testo. Ciò non toglie tuttavia che, in questo caso, la versione italiana, aggiungendo un'espressione con valore di ripresa anaforica rispetto all'occhiello e di anticipazione cataforica rispetto al testo, costruisca una rete di rimandi più solida, rendendo il titolo più trasparente e tutto l'insieme più leggibile.

Accanto alle modifiche che riguardano la quantità dell'informazione, si osserva un'altra importante tipologia di cambiamenti, vale a dire quelli che intaccano la portata espressiva e appellativa del titolo. Tali modificazioni influiscono in genere sull'architettura cataforica/anaforica nel caso in cui il titolo italiano aumenti la portata referenziale a discapito di quella espressiva, o al contrario, introduca più termini connotati diminuendo le parole-chiave a carattere informativo. Un esempio lampante è rappresentato dall'articolo intitolato "Chantages ordinaires chez General Motors" [Fantasia, marzo 2006a: online], in italiano "Usa, in fabbrica diritti sociali a rischio" [Fantasia marzo 2006b: online] la versione tradotta è chiaramente più referenziale, e contiene infatti un numero maggiore di anticipazioni cataforiche rispetto all'originale (le espressioni "Usa", "diritti sociali", e "fabbrica" sono tutte riprese nell'articolo), che presenta un solo rimando, "General Motors".

Nel caso invece in cui la versione italiana non incida sulla parte referenziale del titolo, molto spesso le modifiche non hanno ripercussioni sulle riprese anaforiche. In effetti, generalmente è proprio la parte connotata del titolo, quella che insinua un giudizio di valore, a offrire meno rinvii all'articolo. Naturalmente l'orientamento ideologico che si manifesta nel titolo è lo stesso che permea anche il pezzo, tuttavia i giornalisti e i redattori optano in genere per scelte lessicali più incisive e ricercate, che non sono le stesse utilizzate nell'articolo. I rimandi sono dunque quasi sempre legati alla parte più referenziale, costituita generalmente da parole-chiave che rispecchiano le tematiche trattate. Si pensi ad esempio a un articolo come "Pour vendre des médicaments, inventons des maladies" [Cassels, Moynihan maggio 2006a: online] tradotto in italiano con il titolo "Per vendere medicinali inventano malattie" [Cassels, Moynihan maggio 2006b: online]. In questo esempio, il cambio di persona del verbo coniugato, dalla prima alla terza plurale, modifica il focus del titolo: la versione francese sembra così sottolineare maggiormente la credulità delle persone, che si lasciano abbindolare dalle case farmaceutiche. Utilizzando la terza persona plurale, l'italiano appare invece più apertamente accusatorio nei confronti delle industrie farmaceutiche. Un altro esempio è costituito dal già citato articolo sulla multinazionale Walmart, "Petites mains du Sud pour firme du Nord" [Servant gennaio 2006a: online], in italiano "Sgobbare al Sud per le grandi marche del Nord" [Servant gennaio 2006b: online]. In questo caso il francese pone l'accento sul lavoro minorile, alludendo alle "petites mains", mentre l'italiano richiama le inumane condizioni di lavoro attraverso l'uso del verbo "sgobbare". La versione francese è più aspramente polemica nei confronti della multinazionale, toccando il tema dello sfruttamento dei bambini: i due titoli offrono due approcci diversi, ma anche in questo caso senza importanti conseguenze sulla rete dei rimandi, dal momento che proprio le due espressioni che differiscono sono le uniche a non essere utilizzate negli articoli.

Per quanto concerne invece gli occhielli, ogni modifica introdotta in traduzione tende ad avere ripercussioni sulla trama anaforica/cataforica, in ragione del loro ruolo essenzialmente referenziale. In svariati casi, i cambiamenti consistono nel trasferimento di un elemento informativo dall'occhiello al titolo, o viceversa, come nel caso dell'articolo "Main basse sur les terres du Paraná brésilien" [Lambert, gennaio 2006a: online], in italiano "Ogm, man bassa sulle terre del Paraná brasiliano" [Lambert, gennaio 2006b: online], preceduti rispettivamente dai

seguenti occhielli: “Les OGM, une arme contre les paysans”, “Un’arma contro i contadini poveri”. In questo caso, il termine “ogm”, che richiama l’argomento principale, passa in italiano dall’occhiello al titolo, contribuendo a renderlo più trasparente. L’aggiunta dell’aggettivo “poveri” nell’occhiello, termine ricorrente all’interno del pezzo, aggiunge un ulteriore elemento cataforico e una leggera sfumatura espressiva, aumentando implicitamente il biasimo nei confronti delle multinazionali, responsabili della commercializzazione degli ogm. I due esempi mostrano inoltre come, al di là del loro carattere prevalentemente referenziale, gli occhielli abbiano spesso anche una certa carica espressiva, sebbene la rilevanza delle due funzioni sia invertita rispetto ai titoli.

Esistono poi altri casi interessanti: si consideri ad esempio l’articolo “Madagascar entre le marché et le goupillon” [Pigeaud marzo 2006a: online], tradotto in italiano “Il Madagascar tra mercato e Chiese” [Pigeaud marzo 2006b: online], centrato sull’ambigua politica del presidente malgascio, in bilico fra ideologia di sinistra, scelte capitalistiche e rapporti compromettenti con le numerose chiese del Madagascar. In questo caso, non si osservano rilevanti differenze fra i due titoli, fatta eccezione per il sostantivo “goupillon”, connotato in senso ironico e dispregiativo in francese, reso in italiano con un ben più neutrale “chiese”. Tuttavia, mentre in francese manca completamente l’occhiello, l’italiano propone “C’è un Berlusconi ai Tropici”, che rappresenta a nostro avviso un esempio di “attualizzazione”. In altre parole, si tratta di una sorta di “strizzatina d’occhio” al lettore d’arrivo, che si basa forse sul presupposto che il destinatario, in quanto fruitore de *il manifesto* e di *Le Monde Diplomatique* sia di sinistra e solidarizzi con il giornalista. Va da sé che tale riferimento è proprio solo della versione italiana, e non compare nell’articolo. Infine, la scelta di inserire tale richiamo può forse essere legata anche alla volontà di compensare la traduzione un po’ piatta e banalizzante di “goupillon” con “chiese”.

Un’ultima osservazione relativa a questi elementi del paratesto riguarda infine la presenza, in uno stesso numero, di occhielli identici per articoli diversi. Si tratta infatti di una strategia piuttosto comune in *Le Monde diplomatique*, utilizzata nel caso in cui vi siano più pezzi centrati sullo stesso argomento. Il periodico ne sottolinea così l’affinità tematica, instaurando una serie di rimandi intertestuali. Tali rimandi vanno ad affiancare e rafforzare le reti cataforiche/anaforiche presenti all’interno di uno stesso pezzo, proponendo in un contesto più ampio, vale a dire quello dell’intero numero, lo stesso tipo di rinvii, ripetizioni e riprese, a beneficio della riconoscibilità e leggibilità di tutto l’insieme. Tuttavia l’edizione italiana non ripropone sempre gli stessi meccanismi: ad esempio, nel numero di marzo 2006, l’edizione francese presenta tre articoli, centrati sulla stessa tematica, ancora una volta il problema delle pessime condizioni di lavoro, accomunati da uno stesso occhiello, “Salariés menacés et droits sociaux attaqués”. I titoli degli articoli sono “Hier solidaires, désormais concurrents” [Linhart marzo 2006a : online], “Précarité pour tous, la norme du futur” [Lefresne marzo 2006a : online], “Chantages ordinaires chez General Motors” [Fantasia marzo 2006a : online]. L’edizione italiana propone, relativamente a questi tre articoli, tre occhielli diversi, rispettivamente : “Lavoratori minacciati e diritti sociali sotto tiro” [Linhart marzo 2006b: online], “Salari minacciati e diritti sociali sotto tiro” [Lefresne marzo 2006b: online], “Sull’esempio della General Motors” [Fantasia marzo 2006b: online]. È evidente come la scelta della redazione italiana modifichi considerevolmente l’architettura di rimandi intertestuali costruita nella versione francese grazie ai tre occhielli identici: la versione tradotta conserva così una sostanziale affinità fra i primi due, ma neutralizza completamente il legame con il terzo. Il lettore ne trarrà probabilmente un’impressione di maggiore varietà lessicale, e non riconoscerà, almeno a un primo sguardo, il rapporto fra i tre articoli. Va aggiunto tuttavia che i testi più simili per tematica, relativi cioè alla questione del contratto di primo impiego e delle condizioni lavorative in Francia, sono in effetti quelli che presentano occhielli quasi identici. Il terzo riguarda invece la situazione dei lavoratori di General Motors e più in generale il contesto delle multinazionali. In definitiva, si tratta dunque di due modi diversi di presentare al lettore i tre pezzi e di articolare i riferimenti intertestuali all’interno di uno stesso numero: la redazione francese ha scelto di presentare al lettore tutti e tre gli articoli come accomunati da una precisa tematica, mentre quella italiana ha preferito porre l’accento sulla parentela dei due più affini, lasciando cadere il rimando al terzo.

Per quanto concerne i sommari, ricordiamo il loro già citato ruolo di breve riassunto rispetto all’articolo, che li rende inevitabilmente intrisi di anticipazioni cataforiche, come pure, sovente, di riprese anaforiche rispetto a occhiello e titolo. In generale, si osserva nelle versioni italiane una sostanziale aderenza agli originali francesi, certamente maggiore rispetto a titoli e occhielli, probabilmente in ragione della loro funzione non particolarmente strategica. Ricordiamo inoltre come, accanto all’anticipazione delle informazioni che si ritroveranno nell’articolo, coesistano piuttosto spesso nei sommari riferimenti a eventi o personaggi che sono assenti nel pezzo e rappresentano probabilmente una forma di allusione all’attualità politica. Anche questa caratteristica è complessivamente mantenuta nella versione italiana, con qualche sporadica eccezione. Ad esempio, nella versione italiana del sommario relativo all’articolo “L’armée américaine lasse de la guerre” [Lieven giugno 2006a: online], manca il riferimento al nuovo direttore della CIA, Michael Hayden, che non viene mai citato nell’articolo. Di conseguenza, si tratta di una modifica da parte del traduttore che non incide sulla rete dei rimandi, ma che può forse intaccare l’attualizzazione cui accennavamo poco sopra. Probabilmente, si tratta di una variazione legata alla volontà di snellire il sommario ed eliminarne le parti superflue.

Quanto infine ai sottotitoli, nell’edizione francese si tratta di brevissimi titololetti volti a rendere più leggibile l’articolo. Nella maggior parte dei casi, sono costituiti da poche parole, in gran parte riprese dal testo stesso del pezzo giornalistico, che hanno dunque valore di anticipazione cataforica. Talvolta sono tradotti fedelmente in italiano, in altri casi sono modificati: possono essere cioè più o meno numerosi, ed evidenziare ad esempio un diverso tema dell’articolo, oppure ancora presentarlo in altra maniera. Tuttavia, anche in italiano è rispettato lo stesso principio di adottare per i sottotitoli termini che rappresentano per il lettore un’anticipazione cataforica. La scelta di modificarli è probabilmente legata a ragioni forse prima di tutto grafiche e di lay-out, vale a dire a necessità d’impaginazione. I cambiamenti adottati non influiscono dunque sulla volontà di mantenere la rete dei rimandi, ma possono certamente incidere sul focus da attribuire a determinate sottotematiche o parti dell’articolo stesso, decisione questa che ci sembra di natura essenzialmente redazionale.

## 5. Conclusioni

La nostra analisi ci ha permesso di giungere ad alcune conclusioni, certo provvisorie e meritevoli di ulteriori approfondimenti, ma al tempo stesso interessanti proprio in vista di futuri sviluppi.

Le modifiche agli elementi paratestuali riscontrate nella versione italiana di *Le Monde diplomatique* sono talvolta di ordine meramente stilistico, oppure possono incidere sul valore referenziale o ancora su quello espressivo e appellativo di titolo, occhiello e sommario. Le tre tipologie di modifiche possono inoltre combinarsi e manifestarsi anche contemporaneamente.



In linea generale, si osservano ripercussioni sulla rete dei rimandi soprattutto nei casi in cui le modifiche riguardino la quantità dell'informazione. In tali casi, l'aggiunta di dettagli supplementari aumenta la presenza di elementi con valore di anticipazione, agevolando inoltre la fruibilità e leggibilità del titolo. Anche in caso di cambiamenti relativi alla carica espressiva del titolo, in genere essi incidono sui meccanismi dei rimandi se modificano contemporaneamente anche il valore informativo: il titolo italiano può essere cioè meno referenziale e più espressivo rispetto a quello francese o viceversa, il che si ripercuote ovviamente sulla rete dei rinvii, rispettivamente indebolendola o rafforzandola. Al contrario, le modifiche apportate al solo aspetto connotativo hanno più raramente conseguenze: la parte espressiva del titolo è infatti contrassegnata da una maggiore incisività e ricerca linguistica, e risponde a criteri legati anche al suo valore appellativo e fatico, il che fa sì che utilizzi più raramente parole ed espressioni cataforiche, rivelatrici delle tematiche affrontate.

Le modifiche al titolo si combinano poi con quelle a occhio e sommario, i quali per la loro natura essenzialmente informativa, sono necessariamente intrisi di espressioni o parole con valore di anticipazione cataforica. I cambiamenti che intercorrono in questi elementi paratestuali hanno pertanto quasi sempre conseguenze sull'architettura dei rimandi. Va aggiunto, tuttavia, che i sommari vengono raramente modificati, mentre sono più frequenti gli interventi sugli occhielli, benché anche questi ultimi siano, complessivamente, in numero inferiore rispetto a quelli sui titoli. L'edizione italiana non presenta dunque interventi radicali sui meccanismi delle anticipazioni cataforiche/ripresе anaforiche: si osservano cioè alcuni aggiustamenti, che incidono su tali reti di rinvii, pensati in virtù del lettore d'arrivo, o ancora legati alla volontà di creare una fisionomia almeno parzialmente autonoma per la pubblicazione tradotta. Tuttavia, nel complesso, è possibile riscontrare una sostanziale affinità fra le due versioni anche per quanto concerne questo aspetto.

La nostra analisi ha così dimostrato come la traduzione delle ripetizioni, che intendiamo qui in senso lato come casi di riprese anaforiche, rappresenti un aspetto cruciale nel caso dei testi giornalistici. In effetti, "at times they are significant to a point where they may provide a key to the reading, understanding or even decoding of the [...] text" [Ben Ari 1998: 2]. Svolgendo un ruolo di anticipazione cataforica, le ripetizioni, come pure, più in generale, le riprese e i rimandi migliorano così la coesione del pezzo, inteso come unità di elementi paratestuali e testuali. La presenza della rete anaforica/cataforica permette all'occhio del lettore di "saltare" dall'uno all'altro di tali elementi ritrovando parole, espressioni, termini "riconoscibili", il che favorisce una lettura più agevole, strutturata, disseminata di elementi che richiamano le tematiche dell'articolo e ne favoriscono un'interpretazione ideologicamente orientata.

Si consideri infine che il testo giornalistico è il luogo della coesistenza di più "voci": quella del giornalista che scrive il testo e quella della redazione, che si occupa di titoli, occhielli e sommari. Tali voci raddoppiano nella versione tradotta, includendo quelle del traduttore e della redazione della pubblicazione d'arrivo, il che rende questo genere testuale un interessante caso di testo "polifonico". Questa caratteristica del testo giornalistico è ricca d'implicazioni teoriche: da un lato, sarebbe infatti interessante studiare la questione della voce del traduttore e i casi in cui tale voce diventa percepibile [10], in riferimento a una tipologia testuale contrassegnata dalla compresenza di svariate istanze enunciative. Dall'altro, ci si potrebbe interrogare sulla traduzione intesa come lavoro di squadra, una realtà peraltro diffusissima nella pratica traduttiva odierna, che dovrebbe indurre a riconsiderare dal punto di vista teorico ogni considerazione circa l'esito e le possibili motivazioni di ogni scelta e strategia adottata nelle versioni d'arrivo. Nel caso specifico trattato in questa sede, la voce del giornalista, caratterizzata da un suo stile e da una serie di tratti idiolettali, si manifesta nell'articolo, ed è riprodotta piuttosto fedelmente dal traduttore italiano. Gli elementi paratestuali sono invece il luogo d'espressione della redazione, che imprime a ogni numero il proprio marchio stilistico, riconoscibile al lettore. Tale marchio è almeno parzialmente riproposto nella versione italiana, che è però al contempo contrassegnata da una linea autonoma. In entrambi i casi, i meccanismi di riprese e rimandi servono in definitiva a coniugare tutte le voci, creando un insieme omogeneo e armonioso, in cui le diverse istanze presenti possano fondersi assieme. Data la volontà di aderenza all'edizione francese da parte di quella italiana, che va però di pari passo con il desiderio di mantenere una linea autonoma, è evidente come la resa di tali meccanismi in traduzione divenga ancor più delicata ed essenziale.

Più in generale, la traduzione dei titoli dei testi giornalistici ripropone l'eterna questione, sempre attuale in traduttologia, del continuo oscillare, da parte della nuova versione, fra i due poli estremi, rappresentati da "adequacy" e "acceptability" [11]. A tal proposito, è interessante osservare come l'edizione italiana di *Le Monde diplomatique* offra un esempio rilevante di traduzione di un genere testuale non letterario e, almeno teoricamente, più soggetto alle influenze della cultura d'arrivo, complessivamente rispettosa della pubblicazione di partenza. Tale strategia di aderenza si manifesta non solo per quanto concerne i testi degli articoli, ma anche gli elementi paratestuali, in particolare occhielli e sommari. Si manifesta infine anche nel caso dei titoli, che vengono spesso tradotti fedelmente, e che, in ogni caso, anche quando modificati, conservano una considerevole affinità con quelli originali. In altre parole, malgrado la presenza di variazioni e malgrado la volontà da parte della redazione italiana di mantenere una propria linea editoriale, certamente riconoscibile, rimane sempre un consapevole legame con l'edizione francese. Certo l'impronta dichiaratamente ideologica del periodico e l'approfondimento di tematiche delicate rende la traduzione ancor più "a violent, decision-oriented, culturally determined discourse activity that compels the translator to take a position with respect to the source text and author, the source culture, the target culture and the target reader, thus engaging over and above socially imposed norms and values, the translator's agency together with his or her responsibility in the production of meaning" [Lane-Mercier 1997: 65]. Eppure, l'edizione italiana del periodico rappresenta la dimostrazione che è possibile fare una scelta di tipo etico sia nei confronti della pubblicazione originale che del lettore della traduzione. Certo va aggiunto che tale scelta etica è in parte resa possibile dal carattere internazionale degli argomenti trattati, che non presentano problematiche strettamente connesse alla cultura francese e quindi note al pubblico di partenza e non a quello d'arrivo.

La presenza dei siti web e la disponibilità degli articoli in versione gratuita e integrale deve inoltre far riflettere su un'altra importante questione, quella della visibilità. Nel recente dibattito traduttologico, si è infatti riflettuto spesso sulla necessità, intesa ancora una volta in senso etico, da parte del traduttore, di "uscire allo scoperto", vale a dire di operare gli interventi che fatalmente tradiranno l'originale, ma di farlo in maniera dichiarata ed esplicita: "Mais l'éthicité du traduire est menacée par un danger inverse, et plus répandu : la non-véridicité, la tromperie. Ce sont toutes les formes de manipulation de l'original [...] qui, toutes, renvoient à une attitude profondément irrespectueuse du traducteur vis-à-vis non seulement de l'original, mais finalement des lecteurs. Il n'y a cependant non-véridicité que dans la mesure où ces manipulations sont tues, passées sous silence. [...] Le traducteur a tous les droits dès lors qu'il joue franc jeu" [Berman 1995 : 92-93]. Crediamo allora che la

pubblicazione dei siti web, oltre a rappresentare uno straordinario strumento di democratizzazione dell'accesso all'informazione, costituisca anche un espediente concreto in favore della cosiddetta "visibilità" del traduttore[12]. In qualsiasi momento, il lettore ha infatti la possibilità di raffrontare la versione di partenza a quella d'arrivo, accedendo così a una fruizione più piena e completa dei testi; certo si tratta di un'opportunità riservata, per ovvie ragioni linguistiche, a una cerchia ristretta, eppure rappresenta una risorsa fino a qualche decennio fa impensata. In questo senso, le nuove tecnologie possono svolgere un ruolo straordinario nel migliorare la condivisione e la fruizione consapevole del flusso delle informazioni, acquisendo un valore inedito anche per quanto concerne le eterne problematiche della traduzione, specie se si tratta di traduzioni di testi con una forte impronta ideologica.

#### Riferimenti bibliografici

Articoli citati tratti dalle versioni francese e italiana di *Le Monde diplomatique*

CASSELS, ALAN, MOYNIHAN, RAY (maggio 2006a). "Pour vendre des médicaments, inventons des maladies". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

CASSELS, ALAN, MOYNIHAN, RAY (maggio 2006b). "Per vendere medicinali inventano malattie". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

CHATTERJEE, PARTHA (febbraio 2006). "Controverses en Inde autour de l'histoire coloniale". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

ESTEVEES, OLIVIER (gennaio 2006a). "Résistances populaires". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

ESTEVEES, OLIVIER (gennaio 2006b). "Resistenza popolare contro i soprusi del mega emporio". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

FANTASIA, RICK (marzo 2006a). "Chantages ordinaires chez General Motors". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

FANTASIA, RICK (marzo 2006b). "Usa, in fabbrica diritti sociali a rischio". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

GENDREAU, FRANCIS (gennaio 2006a). "Au Vietnam, l' "agent orange" tue encore". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

GENDREAU, FRANCIS (gennaio 2006b). "Vietnam, l' "agente arancio" uccide ancora". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

HAHN, STEVEN (marzo 2006). "Approches américaines de l'histoire de l'esclavage". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

LAMBERT, RENAUD (gennaio 2006a). "Main basse sur les terres du Paraná brésilien". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

LAMBERT, RENAUD (gennaio 2006b). "Ogm, man bassa sulle terre del Paraná brasiliano". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

LEBARON, FRÉDÉRIC, MAUGER, GÉRARD (aprile 2006). "Révoltes contre l'emploi au rabais". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

LEFRESNE, FLORENCE (marzo 2006a). "Précarité pour tous, la norme du futur". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

LEFRESNE, FLORENCE (marzo 2006b). "Tutti precari, normalità del futuro". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

LIEVEN, ANATOL (giugno 2006a). "L'armée américaine lasse de la guerre". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

LIEVEN, ANATOL (giugno 2006b). "L'esercito americano è stanco della guerra". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

LINHART, DANIELÈ (marzo 2006a). "Hier solidaires, désormais concurrents". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

LINHART, DANIELÈ (marzo 2006b). "Ieri solidarietà, oggi aspra competizione". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

PIGEAUD, FANNY (marzo 2006a). "Madagascar entre le marché et le goupillon". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

PIGEAUD, FANNY (marzo 2006b). "Il Madagascar tra mercato e Chiesa". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

REVELLI, PHILIPPE (maggio 2006). "Fruits amers de la " banane dollar " équatorienne". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

SADER, EMIR (febbraio 2006a). "Alternatives latino-américaines". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

SADER, SADER (febbraio 2006b). "Alternative in America Latina". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

SERVANT, JEAN CHRISTOPHE (gennaio 2006a). "Petites mains du Sud pour firme du Nord". *Le Monde Diplomatique*. **Link all' articolo**

SERVANT, JEAN-CHRISTOPHE (gennaio 2006b). "Sgobbare al Sud per le grandi marche del Nord". *Le Monde Diplomatique-il manifesto*. **Link all' articolo**

Studi critici

AMR HELMY, Ibrahim (2000). "Fonction et traduction des répétitions dans le Coran". Traduire: reprises et répétitions, éd. Amr Helmy Ibrahim et Hassane Filali. Paris: Presses Universitaires Franc-Comtoises: 139-168.

- AMR HELMY, IBRAHIM, FILALI, HASSANE, éd. (2000). Traduire: reprises et répétitions. Paris: Presses Universitaires Franc-Comtoises.
- ANDUJAR MORENO, GEMMA (2006). "La traduction français-espagnol des titres journalistiques du Monde Diplomatique: un exemple de tension entre adéquation et acceptabilité". *Translation journal*, 10, 3. Indirizz Internet : <http://accurapid.com/journal/37titres.htm>
- BASTIAENSEN, MICHEL (1994). "Littérature et titres de presse: le cas italien". *Meta* 1, XXXIX: 229-240.
- BEN-ARI, NITSA (1998). "The ambivalent case of repetitions in literary translation. Avoiding repetitions: a "universal" of translation?". *Meta* 1, XLIII: 1-11.
- BERMAN, ANTOINE (1995). Pour une critique des traductions: John Donne. Paris: Gallimard.
- BETTINI, FAUSTO (2000). Le tecniche del linguaggio giornalistico. Roma: Carocci.
- CHAROLLES, MICHEL (1995). "Les plans d'organisation du discours et leurs interactions". *Parcours linguistiques des discours spécialisés, Actes du Colloque en Sorbonne (Paris, Septembre 1992)*, éd. Sophie Moirand, Abdelmadjid Ali Bouacha, Jean-Claude Beacco, André Collinot. Berne: Lang: 301-314.
- CONTE, MARIE-ELISABETH (1981). "Deissi testuale e anafora". *Sull'anafora: atti del seminario, Accademia della Crusca, 14-16 dicembre 1978*. Firenze: Accademia della Crusca: 37-54.
- CONTE, MARIE-ELISABETH (1990). "Anaphore, prédication, empathie". *Le discours: représentation et interprétation*, éd. Michel Charolles, Sophie Fischer, Jacques Jayez. Nancy: Presses Universitaires de Nancy: 215-225.
- DEMERS, GINETTE (1994). "Actualité internationale: les titres de presse en anglais et en français". *Meta* 3, XXXIX: 520-529.
- GALLAGHER, JOHN D. (1995). "L'anaphorisation des noms de personnes en anglais et en français". *Relations discursives et traduction*, éd. Michel Ballard. Lille: Presses Universitaires de Lille: 107-120.
- HERMANS, THEO (1996). "The translator's voice in translated narrative". *Target* 8, 1: 23-48.
- LANE-MERCIER, GILLIAN (1997). "Translating the untranslatable: the translator's aesthetic, ideological and political responsibility". *Target* 9, 1: 43-68.
- LEBEL, EDITH (1994). "La voix du traducteur". *Traduire* 1, 159: 43-62.
- MOIRAND, SOPHIE (1990). Une grammaire des textes et des dialogues. Paris: Hachette.
- NORD, CHRISTIANE (1991). "Scopos, loyalty and translational conventions". *Target* 3, 1: 91-109.
- NORD, CHRISTIANE (1995). "Text-Functions in Translation: Titles and Headings as a Case in Point". *Target* 7, 2: 261-284.
- REISS, KATHARINA, VERMEER, HANS (1984). *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: Niemeyer.
- SCHIAVI, GIULIANA (1996). "There is always a teller in a tale". *Target* 8, 1: 1-21.
- SIDIROPOULOU, MARIA (1995). "Headlining in translation". *Target* 7, 2: 285-304.  
Sull'anafora: atti del seminario (1981). *Accademia della Crusca, 14-16 dicembre 1978*, Firenze: Accademia della Crusca.
- TOURY, GIDEON (1995). *Descriptive translation studies and beyond*. Amsterdam: Benjamins.
- VENUTI, LAWRENCE (1998). *L'invisibilità del traduttore: una storia della traduzione*. Roma: Armando.
- WARZEE-DEMARTY, JACQUELINE (1995). "L'anaphore et ses reformulations: du discours théorique au discours didactique". *Parcours linguistiques des discours spécialisés, Actes du Colloque en Sorbonne (Paris, Septembre 1992)*, éd. Sophie Moirand, Abdelmadjid Ali Bouacha, Jean-Claude Beacco, André Collinot. Berne: Lang: 56-68.

## Note

[1] "Qui sommes-nous ?". *Le Monde Diplomatique*, edizione online : <http://www.Monde-diplomatique.fr/diplo/apropos/>

In questo articolo, intendiamo proporre i link alle versioni online degli articoli citati. Fatta eccezione per la grafica, tali versioni sono infatti identiche a quelle cartacee, ma presentano il vantaggio di offrire una migliore accessibilità al navigatore. È inoltre possibile risalire alla versione cartacea, attraverso l'indicazione del numero e dell'anno di pubblicazione, che riportiamo per ogni articolo citato nella bibliografia in coda al testo.

[2] Disponibile all'indirizzo: <http://www.Monde-diplomatique.fr/>

[3] Cfr. la pagina con i link a tali edizioni: <http://www.Monde-diplomatique.fr/int/>

[4] Tutte le informazioni relative alla redazione e alla linea editoriale italiana sono state gentilmente fornite da Geraldina Colotti, tramite corrispondenza per posta elettronica.

[5] Versione disponibile all'indirizzo: <http://www.Monde-diplomatique.it/index.html>

[6] Tutte le informazioni di seguito riportate riguardo all'organizzazione interna della redazione francese di *Le Monde diplomatique* sono state gentilmente fornite dal caporedattore, Maurice Lemoine, tramite scambio di posta elettronica.

[7] Gli articoli che citeremo da ora in poi fanno parte di un corpus, di cui parleremo più diffusamente in seguito, precisandone i criteri di selezione.

[8] Il giornale è famoso per la cura, la ricercatezza e l'originalità del suo apparato iconografico, firmato spesso da grandi artisti. Si consideri inoltre che l'edizione italiana non ripropone necessariamente le stesse immagini, ma ne introduce di nuove, il che rende il passaggio dalla versione originale a quella tradotta ancora più interessante. Non approfondiamo tuttavia in questa sede, per ragioni di spazio, questo interessante aspetto, che meriterebbe certamente uno studio a se stante.

[9] Cfr. Reiss, Vermeer, 1984.

[10] Cfr. Hermans 1996, Schiavi 1996, Lebel 1994.

[11] Cfr. Toury 1995.

[12]Cfr. Venuti 1998.

---

©inTRAlinea & Roberta Pederzoli (2006).

"Le *Monde diplomatique* in versione francese e italiana", *inTRAlinea* Vol. 8.

**Stable URL:** <http://www.intralinea.org/archive/article/1637>