



A cura di Natascia Leonardi
e Antonella Nardi

**Linguistica e comunicazione d'impresa.
Linguaggi e competenze**

**Linguistics and business communication.
Languages and competences**

**Linguistik und Unternehmenskommunikation.
Sprachen und Kompetenzen**

m eum

Linguistica e comunicazione d'impresa.
Linguaggi e competenze

Linguistics and business communication.
Languages and competences

Linguistik und Unternehmenskommunikation.
Sprachen und Kompetenzen

a cura di Natascia Leonardi
e Antonella Nardi

eum

Volume pubblicato con il contributo della Sezione di Linguistica Letteratura e Filologia del Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università degli Studi di Macerata.

ISBN 978-88-6056-579-2

Prima edizione: settembre 2018

©2018 eum edizioni università di macerata

Centro Direzionale, via Carducci snc – 62100 Macerata

info.ceum@unimc.it

<http://eum.unimc.it>

Impaginazione: Alessandra Rossi

Il presente volume è stato sottoposto a *double blind peer review* secondo i criteri di scientificità previsti dal Regolamento delle eum (art. 8) e dal Protocollo UPI (Coordinamento delle University Press Italiane).

Indice

- Francesco Adornato
VII Prefazione
- Natascia Leonardi, Antonella Nardi
1 Linguaggi e competenze nella comunicazione d'impresa.
Una panoramica introduttiva
- Paola Nicolini
13 Quando dire è fare negoziazione: strategie linguistiche
per la conduzione dei conflitti
- Natascia Leonardi
29 Conoscenza e terminologia nella comunicazione d'impresa
- Jan Engberg
53 PR, trust and linguistic methods: How modern approaches
to meaning can help companies assess their presented image
- Markus Nickl
71 Technische Redaktion – Linguistik im Einsatz
- Ulrike Kaunzner
85 Internationale Rhetorik – eine Grundkompetenz erfolg-
reicher Unternehmenskommunikation heute
- Elena Cedrola, Giulia Fantini, Stefania Masè
105 Cultural distances, linguistic differences, and marketing:
what challenges?

- Antonella Nardi
129 Immagine d'impresa e specificità culturale. I *realia* nella biografia di Enrico Loccioni e la loro traducibilità in tedesco
- Maria Paola Palermi, Alexander Rocca Rohm, Francesca Spigarelli
155 Lingua e comunicazione: la prospettiva delle imprese
- Doris Höhmann
169 Strumenti e risorse web per la comunicazione d'impresa bi- e plurilingue
- Eleonora Marasca
187 The strategic role of websites in Business Communication. Examples of two Italian companies aiming to reach the German market
- 203 Note biografiche
- 207 Indice dei nomi

Antonella Nardi

Immagine d'impresa e specificità culturale. I *realia* nella biografia di Enrico Loccioni e la loro traducibilità in tedesco

Realia, or culture-specific expressions, are vehicles of identity, values and meaning, so they play a crucial role to understand a foreign culture. For this reason, their translation into another language and culture represents a major challenge. In the biography of Enrico Loccioni, an entrepreneur from the Marche region of Italy, *realia* are key elements of Loccioni's corporate philosophy and brand. The purpose of this paper is to comment on the relevance of some culture-specific expressions and on their translation in the German version of Mr Loccioni's biography. After an introduction about the importance of *realia* in written texts and their translation strategies, the paper focuses on culture-specific expressions related to Loccioni's business model and on rendering them in the German language.

1. *Introduzione*

Oggetto di analisi di questo contributo sono gli elementi culturali ricorrenti nella biografia (Varvelli/Varvelli 2014a) dell'imprenditore marchigiano e fondatore dell'omonimo Gruppo¹, Enrico Loccioni, e la loro traducibilità in una lingua e cultura straniera.

Il testo originale descrive il modello creato e sviluppato dall'imprenditore e ciò che subito colpisce il lettore è che, nonostante la portata internazionale e l'ingente fatturato dell'azienda, il modello imprenditoriale che ne sta alla base è carat-

¹ Il Gruppo Loccioni è attivo nel campo dell'industria manifatturiera e dei servizi.

terizzato da principi saldamente legati al territorio in cui esso è nato e alla cultura che lo rappresenta, come ricorda lo stesso Enrico Loccioni all'inizio del libro:

Sono nato vicino all'abbazia romanica di S. Urbano, che si trova nella Valle di San Clemente, tra Apiro e Serra San Quirico (in provincia di Ancona); una terra caratterizzata da mille anni di storia e di cultura monastica e mezzadrile, dove l'attività industriale si è sviluppata solo negli ultimi 50-60 anni. Sono proprio queste radici culturali, le storie del lavoro nei campi e quelle delle abbazie benedettine, che hanno dato forma al modello dell'impresa che ho fondato nel 1968 e ne hanno ispirato i valori (Varvelli/Varvelli 2014a, 1).

Il modello d'impresa viene poi definito 'eco-centrico' (Varvelli/Varvelli 2014a, 29-37), cioè l'azienda si pone al centro del suo ambiente, sia di mercato che territoriale, ma si allarga anche penetrando nel sociale (Varvelli/Varvelli 2014a, 114), valorizzando il legame con la cultura d'origine, con il mondo locale della formazione, con una precisa connotazione socio-politica ed economica e, infine, con un'idea di imprenditorialità 'umana' basata su una gestione 'familiare' (Varvelli/Varvelli 2014a, 106).

Di fondamentale importanza nel testo sono quindi gli elementi culturo-specifici, o *realia*, che vi ricorrono e che si riferiscono da un lato a una realtà italiana nazionale, per esempio nel campo della formazione e dell'imprenditorialità, dall'altro a una cultura locale di stampo contadino che riflette spiccate peculiarità regionali tipicamente marchigiane. I diversi elementi culturali che compaiono nel testo ne costituiscono il colorito fondamentale e imprescindibile per la sua completa comprensione, soprattutto da parte di un pubblico di lingua e cultura diversa da quella italiana. L'interesse di questo contributo è specificatamente rivolto alla resa di tali elementi nella traduzione in tedesco.

Nei paragrafi seguenti, dopo l'introduzione e categorizzazione dei *realia* in generale e delle possibili modalità della loro traduzione in una lingua e cultura straniera, ne verranno focalizzati alcuni ricorrenti nel testo considerato che verranno poi analizzati in ottica comparata allo scopo di verificarne l'adeguata trasposizione dalla lingua e cultura di partenza alla lin-

gua e cultura di arrivo. Si tratteranno in particolare le soluzioni traduttive dei *realia* adottate nella versione tedesca del testo già esistente (Varvelli/Varvelli 2014b) e ne verranno formulate anche proposte alternative. Non si entrerà, invece, nel merito della correttezza e della qualità linguistiche della traduzione in tedesco in quanto esse non costituiscono il fulcro di questo contributo. Tutte le citazioni in lingua sono pertanto riportate nella loro versione originale non corretta.

2. *I realia: caratteristiche e modalità di trasposizione interlinguistica e interculturale*

Il termine *realia* viene utilizzato in traduttologia soprattutto nella tradizione tedesca e slava (Bazzanini 2011, 116-120)² per indicare denominazioni che indicano elementi culturo-specifici di un determinato Paese. In questo contributo e in accordo con Bazzanini (2011, 119) il termine *realia* si userà quale sinonimo di “espressioni culturo-specifiche” specificando che per ‘espressioni’ s’intendono sia lessemi che sintagmi.

2.1 *Definizione e classificazione dei realia*

Come rileva Bazzanini (2011, 122-125), per l’individuazione dei *realia* i due linguisti bulgari Forin e Vlahov (1969; 2006/1980) pongono l’accento sul ruolo del tempo e dello spazio nella determinazione di questi elementi che, riflettendo aspetti tipici della vita di un popolo, generalmente non hanno corrispondenze precise in altre lingue e culture.

Per la loro determinazione, Koller (2004⁷) propone la seguente definizione:

[...] *Realia*-Bezeichnungen [sind] (sog. *Landeskonventionelle* [...], in einem weiteren Sinne: *kulturspezifische* [...] Elemente[...]), d.h. Ausdrücke [...] und Namen für Sachverhalte politischer, institutioneller,

² In ambito anglofono si ricorre più frequentemente alla denominazione *culture-specific elements* (cfr. tra gli altri House (2004, 494-504)) o più in generale: *culture-bound elements* (cfr. tra gli altri Díaz Cintas/Remael (2007, 200-207)).

sozio-kultureller, geographischer Art, die spezifisch sind für bestimmte Länder (Koller 2004⁷, 232). [I *corsivi* sono nell'originale]

Gli elementi denominati dai *realia* sono saldamenti ancorati al quotidiano e la caratteristica culturale di queste espressioni è quindi insita in ciò che denominano: esse sono portatrici di un'identità culturale collettiva. Secondo Markstein (2006), infatti: “Die Realien sind Identitätsträger eines nationalen/ethnischen Gebildes, einer nationalen/ethnischen Kultur – im weitesten Sinne – und werden einem Land, einer Region, einem Erdteil zugeordnet” (Markstein 2006, 288).

I contenuti di queste espressioni si possono pertanto considerare come ‘emotivamente connotati’ e questo tipo di connotazione conferisce al testo una specifica coloritura. Nel processo traduttivo ciò comporta la necessità di stabilire la portata e la rilevanza di tali espressioni in relazione al testo su cui si opera. In ambito traduttologico la peculiarità dei *realia* si evidenzia in modo particolare in quanto nella cultura e lingua d'arrivo mancano rispettivamente il concetto e il traduttore corrispondenti per esprimere questi elementi specifici della realtà naturale, etnografica, sociale, economica, politico-culturale del paese di partenza.

Per una trattazione sistematica delle espressioni culturo-specifiche si è deciso di adottare qui la loro classificazione di base, secondo Florin e Vlahov (1969; 2006/1980; cfr. Osimo (2011³, 112) e Bazzanini (2011, 132-133); cfr. anche Díaz Cintas/Remael (2007, 201)), in *realia* geografici, etnografici e socio-politici, in quanto adeguata alla natura delle espressioni culturo-specifiche che caratterizzano il testo di partenza considerato e che si tratteranno nelle pagine seguenti. Secondo la tassonomia scelta:

- i *realia* geografici denominano:
 - oggetti della geografia fisica e della meteorologia
 - oggetti geografici legati all'opera dell'uomo (es. città, strade, piazze)
 - specie endemiche (piante e animali)

- i *realia* etnografici denominano:
 - oggetti della vita quotidiana (es. cibi, abbigliamento, abitazioni, mezzi di trasporto, prodotti)
 - oggetti riferibili all'attività lavorativa (es. professioni, luoghi di lavoro, attrezzi, strumenti)
 - oggetti relativi alla cultura e all'arte (es. musica, danze, figure mitiche, fantastiche, letterarie, mediatiche, festività, religioni, oggetti etnici)
 - unità di misura e denaro

- i *realia* socio-politici denominano:
 - entità amministrative e territoriali
 - organi e cariche
 - istituzioni e simboli della vita sociale e politica (es. organizzazioni politiche e partitiche, gruppi politici, appellativi e titoli, sistema di governo, sistema educativo, ceti sociali)
 - riferimenti militari.

La classificazione dei *realia* di cui sopra ne mette in evidenza anche la peculiarità comunicativa: il riferimento a entità specifiche di una cultura è per tutte e tre le categorie di tipo identitario; in particolare la terza (*realia* socio-politici) contiene denominazioni di istituzioni situabili al confine tra nomi propri e nomi comuni (Reinart 2009, 297) e portatrici anche di informazioni concettuali riguardanti gli elementi normativi che regolano la vita della comunità considerata all'interno del sistema in questione, per esempio il sistema giuridico e quello educativo. La traduzione di queste espressioni implica pertanto l'esame delle regole organizzative e delle funzioni delle istituzioni e degli organi designati come facenti parte di una data cultura.

Nel paragrafo seguente si presenteranno alcune soluzioni traduttive per la resa dei *realia* in una lingua e cultura di arrivo diversa da quella di partenza.

2.2 *Procedimenti per la traduzione dei realia*

Nella trasposizione di espressioni culturo-specifiche lo scopo da perseguire è trasferire nel testo di arrivo possibilmente molto del ‘colorito’ linguistico e culturale racchiuso nel testo di partenza (Markstein 2006, 289) e possibilmente in maniera da facilitarne un’adeguata comprensione da parte del pubblico d’arrivo. Una volta verificato che il *realia* considerato non sia già entrato a far parte della lingua e cultura d’arrivo, come per esempio accade per i lessemi *kiwi* per l’italiano o *pizza* per altre lingue, è necessario stabilire una strategia di traduzione appropriata. La via da seguire viene indicata da fattori diversi e caratterizzanti il contesto di traduzione: tra gli altri il genere testuale da tradurre, l’intenzione dell’emittente del testo di partenza e la caratterizzazione del pubblico di arrivo, la rilevanza e la frequenza dei *realia* nel testo, ma anche la vicinanza o lontananza delle due culture, quella di partenza e quella di arrivo.

Un ulteriore punto da verificare sono le connotazioni attraverso le quali i *realia* sono ancorati al contesto (Markstein 2006, 289). Esse vanno oltre il significato denotativo dell’oggetto o fatto considerato e spesso sono informazioni ‘nascoste’ che, appartenendo alla lingua e cultura di partenza, non vengono esplicitate per i destinatari del testo originale. Queste informazioni implicite al testo vengono denominate da Christiane Nord “presupposizioni pragmatiche” (2009⁴, 107-112): sono saperi collegati alla situazione comunicativa del testo considerato e che gli autori del testo di partenza presuppongono appartenenti all’orizzonte di conoscenze dei loro destinatari. Visto che il testo viene formulato dall’emittente con lo scopo di essere capito, è logico che i destinatari del testo originale siano in grado di ricostruire le presupposizioni dell’emittente. Così non è, però, per un pubblico di arrivo di lingua e cultura diverse.

Per definizione, le presupposizioni non sono verbalizzate, quindi non sono facili da individuare in un testo. Per la loro identificazione Nord (2009⁴, 112) suggerisce di stabilire innanzi tutto a quale realtà extralinguistica si riferiscano le informazioni verbalizzate nel testo e con quale grado di precisione venga ivi verbalizzato il riferimento a questa realtà extralinguisti-

ca, cioè di sondare la presenza di allusioni implicite al riferimento specifico e/o di ridondanze che possano risultare superflue. Infine, chi traduce può decidere quali informazioni presupposte per il destinatario del testo di partenza debbano venire verbalizzate per il destinatario del testo di arrivo e il loro grado di verbalizzazione.

La traduzione dei *realia* è soggetta quindi a due tipi di difficoltà (cfr. anche Osimo 2011³, 305):

- una di tipo linguistico dovuta alla mancanza di un traduttore esattamente corrispondente nella lingua di arrivo, tanto da venire classificati secondo criteri linguistici come termini con “corrispondenza uno-a-zero” (Koller 2004⁷, 232 segg.) rispetto ai traduttori nella lingua di arrivo;
- una di tipo culturale dovuta alla problematica trasposizione della loro specifica connotazione. Chi traduce deve pertanto cogliere la sfumatura di significato, quel ‘qualcosa in più’, contenuta nell’espressione considerata e decidere se e come essa debba venire esplicitata nella lingua di arrivo.

L’individuazione e la trasposizione di questi elementi si basa sul sapere di chi traduce riguardo alla lingua e cultura di partenza e sulla sua capacità di renderli nella lingua e cultura di arrivo, mentre il loro grado di verbalizzazione dipende dal genere testuale e dalla funzione del testo stesso. Le possibilità di resa dipendono anche dalla rilevanza dei *realia* nel testo: questi possono venire ripresi o tradotti con procedimenti diversi e/o anche ulteriormente delucidati in note a piè di pagina o in glossari in appendice al testo. Lo scopo principale di chi traduce deve essere di produrre coerenza tra la realtà extralinguistica (di partenza e di arrivo) e il testo e di rendere accessibile il *realia* con le sue connotazioni al lettore di arrivo che possiede un grado d’informazione altrimenti insufficiente alla piena comprensione dell’elemento. Per assolvere a questo compito, chi traduce ha a disposizione diversi procedimenti traduttivi³; tra le solu-

³ Nella letteratura specifica sono state enunciate classificazioni di strategie traduttive per *realia* anche molto dettagliate, soprattutto riguardo a testi letterari

zioni traduttive proposte da Markstein (2006², 291), sulla base di Vlachov/Florin (1980) e Koller (2004⁷, 232-236) viene di seguito presentata una selezione di procedimenti utili alla resa dei *realia* nel presente contributo⁴:

- a) Prestito identico o adattato: con questa soluzione il lessema viene ripreso nella sua forma originale (prestito identico) o con adattamenti grafici (ad esempio nel caso di traslitterazione), ortografici (nella resa di lettere appartenenti allo stesso alfabeto ma non esistenti nella lingua di arrivo: ted. *ä* reso con it. *ae*), morfologici (it. *le pizze* reso con ted. *die Pizzen/Pizzas*) o fonetici. Questo tipo di procedimento viene impiegato per la resa di nomi geografici quando manca una forma stabile nella lingua di arrivo (es. ted.+it. *Heidelberg*; it.+ted. *Bologna*).
- b) Calco o mezzo calco: nel primo caso, detto anche ‘calco puro’ si tratta della traduzione letterale del termine considerato, tenendo conto delle particolarità morfosintattiche tipiche delle lingue considerate (es. ted. *Knödel* reso con it. *canederli*). Un particolare tipo di calco è il mezzo calco che interessa parole composte o sintagmi, nel quale uno dei due termini, di solito il nome proprio se presente, viene mantenuto, mentre l’altro viene tradotto (es. it. *Fontana di Trevi* reso con ted. *Trevi-Brunnen*).
- c) Equivalenza funzionale: come traducevole viene utilizzata un’espressione esistente, o ne viene creata una nuova, nella lingua di arrivo che sia semanticamente vicina a quella della lingua di partenza (es. ted. *Dirndl* reso con it. *vestito (alla tirolese)*⁵ oppure l’uso del lessema ted. *Maultaschen* per chiarire l’it. *ravioli* o vice versa). Questa soluzione viene adottata di frequente per la resa di denominazioni di istituzioni o

e audiovisivi (cfr. tra gli altri Bazzanini 2011, 162-187 (in particolare 168) per testi letterari; Díaz Cintas/Remael 2007, 201-207 per la sottotitolazione di testi audiovisivi). Qui ci si limita a illustrare le strategie traduttive riferibili ai casi che si tratteranno nelle pagine seguenti.

⁴ Eccetto l’esempio it. *le pizze* reso con ted. *die Pizzen/Pizzas* (Markstein 2006², 291), gli esempi riportati sono di A.N.

⁵ http://dizionari.corriere.it/dizionario_tedesco/Tedesco/D/Dirndl.shtml.

organi ufficiali esistenti nella cultura di partenza. Come si nota da quest'ultimo esempio, la creazione di analogia prevista da questo procedimento traduttivo si basa spesso sulla resa della funzione dell'elemento indicato, a volte mediante generalizzazione (es. *vestito*). Essa viene anche spesso combinata con ulteriori delucidazioni (vedi procedimento d.) che collocano l'espressione nel suo contesto culturale (es. *alla tirolese*) esplicitandone quindi la precisa connotazione, in questo caso la provenienza.

- d) Esplicitazione nel testo di arrivo delle informazioni latenti nel *realia* del testo di partenza. Questo procedimento implica un'aggiunta che può essere molto breve (un'unica parola, come nell'esempio sopra) o più lunga (una perifrasi inserita nel testo, p.e. come inciso o apposizione, una nota a piè di pagina o una voce di glossario in appendice). Nei testi polisemiotici o multimodali può trattarsi anche di un'esplicitazione non verbale, ad esempio tramite un'immagine.

La decisione della modalità e del procedimento di trasposizione dell'elemento culturo-specifico viene presa tenendo conto dei fattori sopra illustrati sia a livello macro- che microcontestuale e può consistere anche nella combinazione di procedimenti diversi. Nella trattazione che segue (cfr. in particolare 3.2) ci si concentrerà in particolar modo sui procedimenti a., c., d. e sulle loro combinazioni.

3. *I realia nella biografia di Enrico Loccioni: valenza e traduzione*

Il testo qui analizzato (Varvelli/Varvelli 2014a) ha una funzione principalmente informativa: intende descrivere la nascita e l'evoluzione del Gruppo Loccioni, un'impresa con sede in provincia di Ancona e attiva a livello internazionale nel campo dell'impiantistica industriale, dal punto di vista del fondatore. In realtà il testo, come spiegano i due autori in quarta di copertina, ha anche una chiara funzione appellativa, in quanto vuole suggerire agli interessati spunti d'ispirazione per migliorare la propria organizzazione imprenditoriale e/o per rinnovare la

propria impresa. A questo scopo nella trasmissione dell'immagine del Gruppo e delle sue caratteristiche imprenditoriali viene dato ampio spazio all'espressione del legame tra questo e la tradizione locale in cui è sorto, in primis attraverso le parole del proprietario, saldamente radicato nella sua cultura di origine marchigiana.

Se i *realia*, come spiegato sopra, sono portatori d'identità culturale, l'espressione di questa identità è nel caso Loccioni tanto più importante, in quanto parte fondante dell'immagine dell'impresa in questione.

3.1 *La valenza dei realia nella biografia di Loccioni*

La scelta della soluzione traduttiva per i *realia* dipende dalla rilevanza contestuale degli stessi nel testo di partenza. Questa viene valutata ponderando se gli elementi in questione compaiono più volte nel testo o meno, se sono di particolare significato per il contenuto del testo o se, invece, costituiscono un piccolo dettaglio che si può semplicemente tradurre con un concetto generalizzante. Si deve quindi considerare l'intero testo di partenza e chiedersi qual è la sua funzione, a che destinatari è rivolto e se questi destinatari possano conoscere i *realia* citati o meno.

Nella versione originale redatta in lingua italiana la presenza di alcuni *realia* assume una posizione cardinale in quanto attraverso essi vengono introdotti valori fondanti dell'immagine d'impresa, elementi che costituiscono una parte integrante dei progetti imprenditoriali e che servono a spiegare la visione del mondo del fondatore dell'azienda.

Dall'intero testo si evince lo stretto rapporto con il territorio specifico, quindi dal punto di vista etnico-culturale e sociale, ma anche finanziario, energetico e geologico (cfr. Palermi/Rocca Rohm/Spigarelli 2018, § 3.1). Dall'assetto locale parte la volontà di internazionalizzazione del Gruppo che ha due scopi, da un lato aprirsi a nuovi orizzonti, dall'altro far conoscere la propria identità culturale e d'impresa. Queste le parole di Enrico Loccioni:

Ho deciso fin dalla fondazione dell'impresa, di rimanere qui dove sono le nostre radici, perché credo che questo connubio tra ambiente e tecnologia, tra storia e saperi, continui a nutrire l'anima ed il patrimonio di conoscenze del Gruppo; ma per restare in mezzo alla campagna e nello stesso tempo lavorare nel mondo e con il mondo sono necessarie: apertura e reti. Grazie all'apertura agli altri e al lavoro a rete il legame con il territorio, con le sue tradizioni e con le sue eccellenze diventa un patrimonio da condividere con i nostri partner ed amici, uno degli elementi competitivi del Gruppo (Varvelli/Varvelli 2014a, 30).

Quella descritta è una spinta quindi che esce dal proprio territorio per poi ritornarvi (cfr. anche Palermi/Rocca Rohm/Spigarelli 2018, § 3.2). L'importanza dei valori della cultura contadina per lo sviluppo dell'etica dell'impresa viene più volte sottolineata da Enrico Loccioni nella sua biografia; per esempio:

La nostra regione, le Marche, un milione e mezzo di abitanti di cui un terzo residente tra colline e monti, un 10% che svolge attività imprenditoriale, ha prodotto, con lo sviluppo della mezzadria, le condizioni economiche, sociali, manageriali per la nascita di una imprenditoria vivace e creativa, con valori profondamente radicati, che si è affermata nel mondo.

Esiste un parallelo tra il manager intra-prenditore e il mezzadro, tra l'imprenditore industriale e quello agricolo (Varvelli/Varvelli 2014a, 21).

Caratteristica dei riferimenti alla cultura d'origine è il loro stretto legame con la cosiddetta "etica loccioniana" (Varvelli/Varvelli 2014a, 21-28), tanto che le espressioni culturo-specifiche più rilevanti appartengono alla categoria dei riferimenti etnografici e riguardano valori (*tigna*) e attrezzature (*birocci*) tipici della cultura contadina, lavori artigianali (*selcini*) e tipologie di abitazione (*casa colonica, cascina*) e, infine, abitudini e prodotti locali (*cicchetto di Varnelli*) che sottolineano il clima intimo e familiare in cui lavora il team imprenditoriale. L'uso di questa categoria di *realia* e il fatto che per alcuni di essi venga mantenuta addirittura la denominazione regionale conferma anche da un punto di vista stilistico il profondo legame dell'impresa con il territorio locale e la cultura d'origine marchigiana.

Ulteriori *realia* di rilevante importanza nel testo appartengono alla categoria dei riferimenti socio-politici, in particolare all'ambito educativo-formativo e riguardano il campo sco-

lastico, di importanza fondamentale per il concreto sviluppo dell'impresa Loccioni:

Ma più le sfide erano complesse, più servivano persone preparate e dove trovarle se non nella scuola. Gli istituti professionali hanno segnato l'inizio delle competenze per l'avvio di imprese artigianali e industriali del nostro territorio e noi ci siamo subito posti come intermediari tra la scuola e il mondo del lavoro: quarta scelta strategica (Varvelli/Varvelli 2014a, 3).

Questa scelta, definita strategica per la "formazione all'intraprenditorialità", si è rivelata vincente per il Modello Loccioni (Varvelli/Varvelli 2014a, 63-69).

La forte rilevanza dei *realia* sopra citati nel testo originale rende la loro trattazione una sfida dal punto di vista traduttologico: è necessario che la loro forza comunicativa arrivi al pubblico di arrivo affinché questo comprenda pienamente l'intenzione dell'emittente e il messaggio del testo di partenza.

3.2 *Analisi di alcuni realia dal testo e loro resa nella lingua di arrivo*

In questo paragrafo si commenterà la sfida traduttiva sopra accennata sulla base di alcuni *realia* rilevanti nel testo di partenza in lingua italiana (Varvelli/Varvelli 2014a, da ora TP) e della loro traduzione nel testo di arrivo in lingua tedesca (Varvelli/Varvelli 2014b, da ora TA). Lo scopo è di riflettere sull'efficacia comunicativa della modalità scelta nella versione tradotta per trasporre gli elementi culturo-specifici scelti da una lingua e cultura all'altra.

Facendo riferimento alla classificazione dei *realia* sopra indicata (cfr. 2.1), si esamineranno di seguito i procedimenti traduttivi impiegati nel TA, considerando prima i *realia* etnografici, poi quelli socio-politici; le soluzioni già esistenti verranno eventualmente integrate da ulteriori proposte. Nella trasposizione delle espressioni culturo-specifiche si sono rilevati nel TA i procedimenti sopra descritti (cfr. 2.2): prestiti dalla lingua di partenza e mezzi calchi, integrati da esplicitazioni, e termini funzionalmente equivalenti, che verranno di seguito commentati in riferimento ai singoli *realia*.

3.2.1 *La resa dei realia etnografici*

In questa prima suddivisione dei *realia* dal TP rientrano denominazioni riguardanti concetti ripresi dalla cultura d'origine, dall'ambito artigianale e contadino, abitativo e ricreativo.

Con il lessema *tigna*, per esempio, si vuole indicare un atteggiamento preciso verso il lavoro (nei campi). Questo concetto chiave nel modello imprenditoriale descritto viene ripreso dalla cultura contadina e ben spiegato dalle parole di Enrico Loccioni:

Ci sono alcuni valori della cultura contadina che ogni giorno ritrovo sul lavoro e cerco di condividere con i miei collaboratori:

Il primo tra tutti forse è la *tigna*, una parola dialettale che indica la caparbietà buona, la voglia di riuscire, senza mollare mai. È con la *tigna* che abbiamo portato avanti imprese apparentemente impossibili, conquistato clienti inaccessibili, recuperato commesse disperate (Varvelli/Varvelli 2014a, 22). [In *corsivo* nell'originale]

La resa di *tigna* nel TA viene facilitata dalla spiegazione del concetto già nel TP, qui inserita molto probabilmente per rendere accessibile l'espressione anche a un pubblico italiano che non conosce il dialetto regionale marchigiano. La parola *tigna* viene quindi ripresa nel TA come prestito invariato e seguita dalla traduzione della spiegazione:

Es gibt bestimmte Werte der bäuerlichen Kultur, die ich jeden Tag bei der Arbeit finde und versuche, meinen Mitarbeitern mitzuteilen.

Der erste von allen ist wohl "tigna", ein Dialektwort für "Eigensinn", um erfolgreich zu sein, ohne jemals aufzugeben. Genau mit dieser "tigna" haben wir scheinbar Unmögliches durchgeführt, unzugängliche Kunden erobert und schwierigste Aufträge abgewickelt (Varvelli/Varvelli 2014b, 22).

Nella versione tedesca la "caparbietà buona" viene tradotta semplicemente con "Eigensinn" senza indicazione che il termine, come specificato nel TP dall'aggettivo "buona", viene inteso nella sua accezione positiva: il lessema tedesco *Eigensinn*, come del resto l'italiano *caparbietà*, può essere interpretato con valenza, di solito chiarita dal contesto, sia positiva che negativa. Nell'esempio specifico il contesto tedesco non sottolinea la portata affermativa della parola, come poteva avvenire, invece,

scrivendo ad es. *für einen “guten Eigensinn”*, oppure *für “Eigensinn” im positiven Sinne* oppure traducendo con il tedesco *Hartnäckigkeit*, che ha una connotazione più positiva rispetto a *Eigensinn*.

Anche la parola *selcini*, espressione regionale per *selciatori* ha, come *tigna*, una rilevanza particolare nel TP, in quanto legata al progetto loccioniano ‘Flumen’ (cfr. Palmeri/Rocca Rohm/Spigarelli 2018, § 3.1) relativo alla messa in sicurezza e alla valorizzazione dei 2 km del fiume Esino⁶ che costeggiano la sede del Gruppo e alla prevenzione di disastri idrogeologici. I *selcini*, come recita una nota del TP, sono “Artigiani che lavorano l’arenaria del fiume per farne materiale da costruzione” (Varvelli/Varvelli 2014a, 31) e che hanno provveduto, tra l’altro, al restauro del ponte che collega l’impresa al paese vicino (Varvelli/Varvelli 2014a, 87).

Nel TA il *realia* viene mantenuto nella sua forma originale e qui viene anche aggiunta una nota di spiegazione a *selcini*: “Kunsthandwerker die aus Material des Flusses Sandsteingebäude herzustellen” (Varvelli/Varvelli 2014b, 31). Se il procedimento di resa con prestito identico più nota a piè di pagina è adatto in questo contesto, da un lato si potrebbe precisare il tedesco *Material* con la denominazione esatta del materiale (it. (*pietra*) *arenaria* reso con ted. *Sandstein*), dall’altro si potrebbe non limitare l’impiego del materiale considerato alla costruzione di edifici (ted. *Sandsteingebäude*, it. *edifici in pietra arenaria*), un utilizzo dello stesso che peraltro non viene specificato nel TP, ma lasciare semplicemente *Baumaterial*. La traduzione della nota a *selcini* suonerebbe pertanto come segue: “Handwerker, die aus dem Sandstein des Flusses Baumaterial herstellen”.

Per i *realia* che seguono il TP non offre una spiegazione esplicita, quindi la loro comprensione dipende dal contesto e/o viene presupposta dall’emittente in base alle conoscenze linguistiche e culturali del suo pubblico.

⁶ Da qui anche il titolo della biografia di Enrico Loccioni e nostro TP, *2km di futuro. L’impresa di seminare bellezza* (Varvelli/Varvelli 2014a).

Il legame tra espressioni culturo-specifiche e progetti del Gruppo Loccioni interessa anche la cosiddetta 'Leaf Community', un progetto di comunità sostenibile creata all'interno dell'area aziendale e volta a ridurre l'impatto ambientale, così come a migliorare il comfort abitativo (Varvelli/Varvelli 2014a, 32, 36). Parte di questo progetto è l'idea di sperimentare un modello abitativo ecosostenibile con la costruzione della 'Leaf House', sull'esempio di una *casa colonica*, propria della tradizione marchigiana:

Farsi foglia, secondo Enrico Loccioni, significa orientarsi all'energia: significa mettere energia in ogni atto e costruire energia continuamente, e la "Leaf House" è una casa tecnologicamente innovativa, costruita per l'ambiente e autosufficiente dal punto di vista energetico.

Il modello ispiratore è la *casa colonica della tradizione mezzadrile marchigiana* con il suo podere, un microcosmo autosufficiente e sostenibile, in cui ogni risorsa veniva sfruttata al massimo e nulla veniva sprecato (Varvelli/Varvelli 2014a, 90). [Corsivo di A.N.]

L'idea della *casa colonica marchigiana* viene utilizzata nel progetto della 'Leaf Community' anche per la 'Leaf Farm', una *cascina* ristrutturata al duplice scopo di ospitare laboratori di ricerca e di accogliere gli ospiti trasmettendo loro il calore della cultura marchigiana:

Abbiamo anche ristrutturato una *casa colonica* proprio dentro la nostra area e, oltre ad uffici e laboratori di ricerca, abbiamo ricreato l'ambiente tipico della *cascina marchigiana*, con una grande cucina con il camino acceso per l'inverno e la cantina fresca per l'estate. Qui accogliamo amici, clienti, fornitori e tutti quelli che ci vengono a trovare, con pasti o merende semplici, un po' di prosciutto e formaggio tagliati a mano da noi, un bicchiere di buon vino, qualche verdura del nostro orto aziendale (abbiamo anche adottato un contadino, si chiama Peppe e ci fa riscoprire la magia della stagionalità) e magari polenta e castagne. È così che si crea subito un'atmosfera magica, in cui le persone riscoprono valori antichi e il gusto dello stare insieme, del lavorare insieme (Varvelli/Varvelli 2014a, 30-31). [Corsivo di A.N.]

L'intento di Loccioni è pertanto di riprendere e valorizzare la *cascina* o *casa colonica marchigiana* sia come modello di polifunzionalità ma anche come bene culturale caratteristico di una specifica architettura rurale; per questo motivo il letto-

re di arrivo deve percepire le sfumature implicite nei due lessempi italiani. Le citazioni sopra riportate esplicitano testualmente la polifunzionalità dell'edificio dal punto di vista lavorativo e la particolarità della sua disposizione interna che dona rilievo all'ambiente della cucina, attorno al quale si concentrava la vita domestica della famiglia del mezzadro. Ciò che non si evince dal testo sono la struttura e lo stile tipici di questi edifici, elementi che rimangono impliciti nella traduzione tedesca dei termini considerati (*Bauernhaus, ein klassisches Bauernhaus der Marken* (Varvelli/Varvelli 2014b, 30-31); *das traditionelle Pächterbauernhaus der Marken* (Varvelli/Varvelli 2014b, 90)). Se, infatti, dal punto di vista funzionale, la *casa colonica* e/o la *cascina* italiane hanno forti attinenze con il *Bauernhaus* tedesco, esse si discostano da quest'ultimo per le caratteristiche architettoniche ed estetiche; l'associazione con il termine tedesco può quindi suscitare nel lettore di arrivo un'idea del referente considerato non conforme alla realtà intesa dal TP. Le immagini seguenti rendono l'idea della differenza tra un *Bauernhaus* (Figura 1) e una *casa colonica/cascina* (Figura 2).

La funzione estetica dell'edificio nominato nel TP è rilevante per il compito di accoglienza che esso deve svolgere nell'ambito dell'impostazione filosofico-imprenditoriale del Gruppo Loccioni. Pertanto è necessario che i lettori di arrivo comprendano bene la natura dell'oggetto denominato nel TP distinguendo i concetti di *Bauernhaus* da un lato e di *cascina/casa colonica* dall'altro.

Per questo motivo si preferirebbe anche in questo caso l'adozione diretta dei termini originali *casa colonica* e *cascina* nel TA aggiungendo le specificazioni dell'oggetto denominato in tedesco (*ein traditionelles Bauernhaus der Marken*). Per rendere accessibili in toto i due prestiti si propone inoltre una compensazione esplicativa mediante l'utilizzo del codice visivo non verbale, cioè facendo riferimento nel testo tedesco alla parte iconografica in appendice al volume che contiene ben due foto della cascina 'Leaf Farm' restaurata dal Gruppo Loccioni (Figure 3 e 4 - Varvelli/Varvelli 2014a, 133).

Un ulteriore *realia* etnografico rilevante nel TP è il *cicchetto di Varnelli* che Enrico Loccioni beve insieme ai suoi collabo-



Figura 1 – Bauernhaus bavarese (Mittelhembach – dintorni di Nürnberg, <http://www.mittelhembach.de/Seiten/Fruerher.htm>)



Figura 2 – Cascina marchigiana (collina di Santa Colomba – dintorni di Pesaro, <http://chiamacasa.org/property/rudere-di-cascina/>)



Figure 3 e 4 – Leaf Farm del Gruppo Loccioni®

ratori in un'atmosfera intima e familiare per suggellare la riuscita di una buona commessa: “Con tutto il team di lavoro ci troviamo subito in sala relax per festeggiare col solito *cicchetto di Varnelli*, che in queste occasioni è di rito e per progettare le prossime mosse” (Varvelli/Varvelli 2014a, 73) [*Corsivo di A.N.*]. Nel sintagma *cicchetto di Varnelli* che rappresenta un'ulteriore espressione culturo-specifica caratteristica della regione marchigiana, sono insite due difficoltà che chi traduce

in altra lingua e cultura deve affrontare: capire cos'è il *Varnelli* e trasferire il suo significato per le abitudini locali al pubblico di arrivo.

Nel TA il passaggio sopra riportato viene tradotto come segue: “Mit dem gesamten Arbeits-Team, treffen wir uns sofort im Aufenthaltsraum, um wie üblich mit einem *Glas Varnelli* feiern und die nächsten Schritte zu planen” (Varvelli/Varvelli 2014b, 73) [*Corsivo* di A.N.].

Il *Varnelli* è la marca di un *mistrà*⁷ la cui denominazione viene utilizzata come sineddoche per indicare il liquore stesso. Nella traduzione tedesca l'uso di *Glas* (*bicchiere*) non è appropriato, in quanto il *Varnelli* si beve in piccole quantità e, di solito, nei bicchierini da liquore. Sarebbe quindi più opportuno rendere l'it. *cicchetto* (bicchierino di liquore o vino) con il ted. *Gläschen* (*bicchierino*), che forma collocazioni abituali con denominazioni di liquori (*ein Gläschen Schnaps/Rum/Alkohol*). Inoltre si deve rendere accessibile il *realia* ‘*Varnelli*’ al pubblico di arrivo che sicuramente non conosce la specialità locale. In questo caso sarebbe consigliabile mantenere l'espressione in lingua originale anche nel TA, in quanto il prestito diretto è frequente nel caso di marche di prodotti, ma aggiungendo una nota a piè di pagina che spieghi la natura della bevanda, per esempio: “*Varnelli* ist ein trockenes alkoholisches Getränk aus den Marken mit einem bestimmten Anisgeschmack“.

Curare la comprensione del sintagma appena discusso, e degli altri *realia* sopra considerati, tramite un'adeguata resa nel testo di arrivo contribuisce al trasferimento dei saperi e delle connotazioni culturali che caratterizzano il TP e l'idea d'impresa che questo vuole illustrare.

⁷ Il *mistrà* è un liquore prodotto per distillazione di alcol di vino a bassa gradazione nel quale si sono fatti macerare frutti di anice verde, oppure preparato con alcol e anetolo cristallizzato. <http://www.treccani.it/vocabolario/mistrà/>.

3.2.2 *La resa dei realia socio-politici*

I riferimenti socio-politici rilevanti nel TP sono legati soprattutto all'ambito formativo che, come visto sopra, risulta d'importanza fondamentale per lo sviluppo dell'impresa Loccioni.

Innanzitutto è bene sottolineare che il Gruppo ha instaurato un rapporto preferenziale con il ramo di istruzione secondaria superiore (Varvelli/Varvelli 2014a, 3): si tratta prevalentemente di istituti professionali o istituti tecnici che si occupano della formazione di base di coloro che rappresentano il bacino di provenienza della forza lavoro dell'impresa. Ciò che caratterizza l'interesse per la formazione da parte del Gruppo Loccioni è la volontà di occuparsi della specializzazione dei propri collaboratori, quindi di vedere la scuola come istituzione formativa partner privilegiata nel comune intento di favorire l'integrazione dei giovani all'interno dell'impresa. A questo proposito sono stati sviluppati diversi progetti, in particolare il progetto *Bluzone* dedicato alla formazione giovanile, o l'iniziativa *Classe Virtuale* che coinvolge una trentina di studenti provenienti dai quattro Istituti Tecnici Industriali del territorio che preparano in aula un vero e proprio progetto da presentare durante uno specifico evento (Varvelli/Varvelli 2014a, 33).

Di fondamentale importanza in questo caso è quindi l'esattezza della trasmissione delle informazioni relative alle istituzioni coinvolte e alle competenze specifiche che le caratterizzano. Seguendo queste premesse è necessaria un'accurata disamina delle particolarità che caratterizzano le istituzioni considerate e una altrettanto accurata ricerca di traduttori adeguati. Fondamentale per una traduzione funzionale delle designazioni riferite a istituzioni scolastiche in questo contesto non è tanto che venga trasmessa la totalità delle caratteristiche che le denominazioni evocano nei lettori italiani, bensì l'informazione che si tratta di istituzioni scolastiche di carattere tecnico-professionale.

L'illustrazione dei progetti *Bluzone* e *Classe Virtuale* contiene diverse espressioni culturo-specifiche riguardanti la formazione istituzionalizzata (in *corsivo* di A.N. negli esempi). Di se-

guito vengono messe a confronto la versione originale del passo e quella tradotta in tedesco:

L'attività di "Bluzone" prevede visite di orientamento di *studenti* in azienda e progetti comuni con *istituti superiori* e con le *università*, fino all'ospitalità nella propria sede di coloro che desiderano fare uno stage (della durata minima di una settimana fino ad un massimo di sei mesi). All'interno del progetto Bluzone sono tantissime le iniziative rivolte ai ragazzi delle scuole di ogni ordine e grado. Tra queste particolarmente importante è diventata l'iniziativa "Classe Virtuale", giunta ormai alla quattordicesima edizione, che ogni anno coinvolge circa 30 studenti dei quattro *ITIS* del territorio selezionati dai loro professori e offre loro una formazione in aula con la possibilità di realizzare un vero progetto e il relativo evento di presentazione (Varvelli/Varvelli 2014a, 33). [*Corsivi* di A.N.]

Das Projekt "Bluzone" beinhaltet gezielte Besuchen von *Studenten* im Unternehmen, Teilprojekte mit *Hochschulen* und *Universitäten* sowie Praktika (Dauer: eine Woche bis zu sechs Monaten). Das Projekt umfasst auch viele Initiativen, die für Schüler aus Schulen, wie insbesondere die Initiative "Virtuelle Klasse", jetzt in ihrer vierzehnten Auflage, die jährlich etwa 30 Schüler der vier lokalen *ITIS Schulen (Fachhochschulen)* begrüßt, die von den Lehrern ausgewählt wurden, um ihnen eine In-Class-Ausbildung mit der Möglichkeit zu bieten, ein reales Projekt durchzuführen und seine Ergebnisse präsentieren zu können (Varvelli/Varvelli 2014b, 33). [*Corsivi* di A.N.]

Prima fra tutte è da considerare la designazione *studenti* che nella lingua italiana denomina sia frequentanti le scuole medie inferiori e superiori che l'università. Il tedesco *Studenten*⁸ denomina, invece, solo chi studia all'università, mentre chi va ancora a scuola viene chiamato *Schüler*. In un contesto di determinazione del pubblico che visita l'impresa a scopo di orientamento e dei fruitori dei progetti formativi del Gruppo, sarebbe bene precisare nel TA che qui sono intesi gradi di istruzione diversa, come viene chiaramente specificato nel TP mediante la differenziazione tra *istituti superiori*, che in italiano vengono intesi come *istituti di istruzione secondaria superiore*, quindi *scuole superiori*, e *università*. Entrambe le denominazioni ven-

⁸ L'uso del maschile nei sostantivi di riferimento è puramente formale e vuole indicare entrambi i generi.

gono rese nel testo tedesco, invece, quali istituzioni accademiche: *Universitäten e Hochschulen*⁹. Inizialmente al lettore tedesco giunge quindi l'informazione che le iniziative e i progetti del Gruppo siano più orientati a studenti universitari, concetto che viene ribadito nelle righe seguenti quando, pur facendo riferimento a *Schüler e Schulen* e, pur scegliendo il prestito *ITIS* con la relativa esplicitazione *Schulen*, tra parentesi viene indicata un'istituzione d'istruzione universitaria (*Fachhochschule*).

In realtà è molto difficile riprodurre con i mezzi della lingua straniera un concetto tipico della lingua di partenza che riguarda una realtà diversamente differenziata rispetto a quella di arrivo, come nel caso della strutturazione e organizzazione del sistema educativo nei due Paesi di riferimento. Essendo i referenti diversi, non può esistere un equivalente esatto (cfr. Albrecht 2005, 10), ma spesso si deve ricorrere a un adattamento utilizzando un equivalente funzionale nella lingua di arrivo affinché il lettore del TA capisca la natura e la funzione del referente considerato, anche se il traduttore scelto non corrisponde perfettamente a un oggetto esistente nella realtà di arrivo. La lingua tedesca mette a disposizione strumenti linguistici atti a realizzare questo procedimento traduttivo, per esempio *istituti superiori* potrebbe essere reso con *Gymnasien* o in generale con *Oberschulen*, così come *ITIS Schulen*, che si può mantenere come mezzo calco¹⁰, specificando però tra parentesi *technische Oberschule, technische Fachschule*, o anche *Fachoberschule*, attribuendo così la denominazione al grado d'istruzione conforme. In questo caso sarebbe opportuno specificare la specializzazione tecnica che caratterizza l'*Istituto Tecnico Industriale* italiano proprio per sottolineare l'affinità della pe-

⁹ Hochschule in tedesco è sinonimo di Universität, in senso stretto si tratta della cosiddetta Fachhochschule, un'università delle scienze applicate nei campi economico, tecnico e scientifico. In campo umanistico esiste l'Hochschule für Musik o la Pädagogische Hochschule.

¹⁰ Per mezzo calco s'intende la resa di un sintagma contenente un nome proprio, in questo caso abbreviato a sigla (*ITIS*), mediante l'adozione diretta di quest'ultimo dalla lingua di partenza e la traduzione del secondo nella lingua di arrivo (*Schulen*). Cfr. anche 2.2.

culiare qualificazione scolastica con l'ambito imprenditoriale trattato nel testo.

Allo stesso modo la designazione *istituti professionali* (Varvelli/Varvelli 2014a, 3) si potrebbe rendere con *berufsbildende Schulen* invece di *Institute für praktische Ausbildung* (Varvelli/Varvelli 2014b, 3) come nella versione tedesca già esistente. La denominazione *berufsbildende Schulen* sottolinea in maniera più marcata, proprio come la designazione italiana, l'aspetto professionalizzante del percorso formativo scelto.

Anche se le soluzioni traduttive alternative qui proposte possono suonare al lettore d'arrivo come 'estrane' alla propria cultura e alle conoscenze sul proprio sistema educativo, esse chiariscono comunque in maniera efficace significato e funzione dei termini del testo di partenza.

4. *Conclusion*

Nelle pagine precedenti si sono individuati nel volume dedicato a Enrico Loccioni e alla sua impresa *realia* significativi del messaggio lanciato dall'emittente del TP al suo pubblico di lettori. Si è appurato che l'intenzione del testo di partenza è di centrare il modello e l'etica loccioniani sullo stretto legame con il territorio e con il suo 'colorito locale'; gli elementi culturale-specifici sono risultati quindi particolarmente connotati emotivamente e dotati di una specifica forza comunicativa che contribuisce a determinare la funzione del testo considerato. È necessario pertanto che questa forza comunicativa arrivi, anche nelle sue sfumature implicite, a un pubblico di arrivo straniero che legge il testo in lingua diversa dall'italiano.

Nella resa in tedesco dei *realia* si sono prese in considerazione soluzioni traduttive, come il prestito identico, il mezzo calco e l'equivalente funzionale, che rimangono considerevolmente vicine al testo di partenza e che vengono integrate da esplicitazioni, anche non verbali, per rendere accessibili le connotazioni culturali insite nelle espressioni considerate anche al pubblico di arrivo e per facilitarne la piena comprensione. Questi tipi di procedimenti traduttivi orientati al testo di partenza mirano da un lato a mantenere una costante funzionale tra il TP

e il TA tesa a evitare una neutralizzazione culturale nonostante le differenze tra le realtà linguistico-culturali prese in considerazione; dall'altro essi consentono ai concetti verbalizzati e alle espressioni riprese in maniera diretta dalla lingua di partenza con prestito e/o calco di penetrare nella lingua di arrivo. Riguardo a quest'ultimo fenomeno, bisogna considerare che la sua fattibilità dipende dal grado di 'tolleranza' e di 'accoglienza' linguistica della lingua-cultura di arrivo nei confronti delle parole straniere: a volte l'integrazione nel TA di parole straniere come prestiti diretti può avere l'effetto straniante di un 'esotismo' (cfr. Osimo 2011³, 113).

Il tedesco, nonostante risulti essere una lingua 'conservatrice' (Bosco Coletsos 2004, 113), presenta influenze alloglotte in specifici ambiti linguistici, p.e. dall'italiano nel linguaggio commerciale, della musica, militare e pubblicitario (Bosco Coletsos 2004, 115). Riguardo a quest'ultimo ambito è noto il potere 'gradevolmente' evocativo della lingua italiana sul consumatore tedesco (cfr. Grassi 1987 in: Bosco Coletsos 2004, 115) e, in generale, sui parlanti stranieri.

Come procedimento traduttivo il prestito va quindi soppesato con attenzione e non può venire adottato troppo spesso. Nel caso qui considerato si può affermare che il suo uso sia in perfetta sintonia con l'intenzione dell'emittente di trasferire al lettore il 'sapore' della cultura marchigiana e in questo trovi la sua giustificazione.

Bibliografia e sitografia

- Albrecht, Jörn 2005. *Übersetzung und Linguistik*. Tübingen. Narr.
- Altes Bauernhaus - Rühl Mittelhembach in früheren Jahren (<http://www.mittelhembach.de/Seiten/Frueher.htm> – Ultimo accesso agosto 2018).
- Bazzanini, Lia 2011. *Tradurre realia. Le espressioni culturo-specifiche nelle edizioni italiane della Wendeliteratur*. Bologna. Bononia University Press.
- Bosco Coletsos, Sandra 2004. “Lessico”. In: Bosco Coletsos, Sandra / Costa, Marcella (a cura di) *Italiano e tedesco: un confronto*. Alessandria. Edizioni dell’Orso, 83-116.
- Díaz Cintas, Jorge / Remael, Aline 2007. *Audiovisual translation: subtitling*. Manchester. St. Jerome Publishing.
- Dizionario Sansoni Tedesco online: http://dizionari.corriere.it/dizionario_tedesco/ (Ultimo accesso agosto 2018).
- Grassi, Corrado 1987. “La componente italiana nel linguaggio tedesco della pubblicità”. In: Dressler, Wolfgang U. / Grassi, Corrado / Rindler-Schjerve, Rosita / Stegu, Martin (Hrsg.) *Parallela 3. Linguistica contrastiva / Linguaggi settoriali / Sintassi generativa*. Tübingen. Narr, 159-174.
- House, Juliane 2004. “Culture-specific elements in translation”. In: Kittel, Harald / Frank, Armin Paul / Greiner, Norbert / Hermans, Theo / Koller, Werner / Lambert, José / Paul, Fritz (Hrsg.) *Übersetzung – Translation – Traduction. Ein internationales Handbuch zur Übersetzungsforschung*. Berlin/New York. De Gruyter, 494-504.
- Koller, Werner 2004 (1979). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. 7. aktualisierte Auflage. Wiebelsheim. Quelle & Mayer.
- Markstein, Elisabeth 2006. “Realia”. In: Snell-Hornby, Mary / Hönig, Hans G. / Kußmaul, Paul / Schmitt, Peter A. (Hrsg.) *Handbuch Translation*. 2. verbesserte Auflage. Tübingen. Stauffenburg, 288-291.

- Nord, Christiane 2009⁴. *Textanalyse und Übersetzen: theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse*. Tübingen. Julius Groos.
- Osimo, Bruno 2011³. *Il manuale del traduttore*. Milano. Hoepli.
- Palermi, Maria Paola / Rocca Rohm, Alexander / Spigarelli, Francesca 2018. “Lingua e comunicazione: la prospettiva delle imprese”. In: Leonardi, Natascia / Nardi, Antonella (eds.) *Linguistica e comunicazione d'impresa. Linguaggi e competenze - Linguistic and Business Communication. Languages and competences - Linguistik und Unternehmenskommunikation. Sprachen und Kompetenzen*. Macerata. EUM, 155-167.
- Reinart, Sylvia 2009. *Kulturspezifik in der Fachübersetzung*. Berlin. Frank&Timme.
- Rudere di cascina – Strada di Santa Colomba – Pesaro PU, Italia (<http://chiamacasa.org/property/rudere-di-cascina/> – Ultimo accesso agosto 2018).
- Stolze, Radegundis 2009. *Fachübersetzen – Ein Lehrbuch für Theorie und Praxis*. Berlin. Frank&Timme.
- Treccani – Vocabolario online: <http://treccani.it/vocabolario/> (Ultimo accesso agosto 2018).
- Varvelli, Maria Ludovica / Varvelli, Riccardo 2014a. *2KM di futuro. L'impresa di seminare bellezza*. Con la collaborazione di Maria Paola Palermi. Milano. Gruppo Il Sole 24 Ore.
- Varvelli, Maria Ludovica / Varvelli, Riccardo 2014b. *Zwei Kilometer Zukunft. Unternehmen als Auftrag für Mensch, Umwelt und Gesellschaft*. Trad. tedesca di Vervelli, Maria Ludovica / Varvelli Riccardo 2014. *2KM di futuro. L'impresa di seminare bellezza*. Con la collaborazione di Maria Paola Palermi. Milano. Gruppo Il Sole 24 Ore.
- Vlahov, Sergej I. / Florin, Sider 1969. “Neperovodimoe v perevode. Realii”. In: *Masterstvo Perevoda* 6. Moskvà, Sovetskij pisatel', 1970, 432-456.
- 2006⁴ (1980). *Neperovodimoe v perevode*. Moskvà. Meždunarodnye otnošenija.