# GUIDE TURISTICHE ITALIANE E TEDESCHE IN UNA PROSPETTIVA TRADUTTOLOGICA*

**Tania Baumann e Livia Tonelli**

*This paper is part of a large-scale project concerning the textual analysis of a corpus of German and Italian travel guides as well as of a bidirectional parallel corpus of Italian translations of German travel guides and German translations of Italian travel guides. The aim of the project is to analyze the information structure of the textual genre "travel guide" as well as to foreground and emphasize its unique features. The paper presents a first exploratory study of the bidirectional parallel corpus, illustrating and explaining some adaptations of the source texts which result in typical shifts of emphasis in the target texts.*

## 1. **Introduzione**

Questo contributo si inserisce in un progetto di ricerca di più ampio respiro incentrato sull'analisi linguistico-testuale di un corpus di guide turistiche italiane e tedesche. L'obiettivo specifico del progetto è l'analisi della struttura informativa delle guide intese come genere testuale, ponendo l'accento sulle forme di focalizzazione, messa in rilievo ed enfasi dei contenuti. L'ipotesi di lavoro è che la distribuzione degli elementi salienti all'interno dei testi sia caratterizzata da simmetrie e asimmetrie fra una lingua e l'altra: le prime da rapportarsi alle funzioni dominanti della guida turistica, ovvero, nella terminologia di Reiß ($^{2}$2000)[1], alle funzioni informativa e persuasiva, le seconde attinenti alle convenzioni testuali e soprattutto alle peculiarità culturali dei destinatari. Il percorso metodologico che si intende seguire in una prima fase del progetto consiste nell'analisi delle traduzioni in italiano di guide

[1] Reiß, sulla scia del modello della comunicazione di Bühler (1934), propone la seguente tipologia testuale: testi con funzione preminentemente informativa; testi espressivi, che privilegiano la funzione estetica; testi operativi, che hanno funzione preminentemente persuasiva (cfr. Reiß $^{2}$2000: 82-85).

turistiche tedesche e delle traduzioni in tedesco di guide italiane, al fine di individuare un insieme di parametri per uno studio contrastivo delle guide redatte in ciascuna delle due lingue.

Di seguito si presentano i risultati di un primo spoglio esplorativo ristretto al confronto fra sette guide turistiche aventi come tema la Sardegna. Oggetto del confronto sono 1. le due guide tedesche, *MarcoPolo Sardinien* (=MPDE) di Hans Bausenhardt ([13]2010) e *Merian live! Sardinien* (=MDE) di Friederike von Bülow ([2]2011) e le rispettive traduzioni in italiano, *Marco Polo Sardegna* (2011) (=MPIT) e *Merian Sardegna* (2010) (=MIT), e 2. la guida italiana, *Mondadori Sardegna* (=GMIT) di Fabrizio Ardito et al. ([10]2010) e la sua traduzione in tedesco, *VIS-À-VIS Sardinien* (2011) (=GMDE). Quest'ultima è una traduzione per così dire "mediata", in quanto si basa a sua volta sulla traduzione inglese *Eyewitness Travel Sardinia* (2011) (=GMEN) e non sull'originale italiano. Pertanto, nel confronto tra il testo di partenza (TP) e il testo di arrivo (TA) si prenderanno in considerazione sia la traduzione tedesca sia quella inglese. Il lavoro qui presentato si articola nei seguenti paragrafi:

1. le origini della guida turistica;
2. la redazione delle guide turistiche;
3. le caratteristiche funzionali della guida turistica;
4. la traduzione delle guide turistiche.

Nelle conclusioni (6.) ci si soffermerà su alcune differenze linguistiche e culturali quali emergono da questa indagine preliminare.

## 2. **Le origini della guida turistica**

Le origini della guida turistica possono essere fatte risalire all'antichità greco-romana e alla cultura ionica dell'Asia minore. Già allora infatti si registrano, sia pure in scala non rapportabile ai canoni attuali, spostamenti legati ad occasioni di speciali di raduno, quali i giochi olimpici o ai pellegrinaggi ai luoghi di culto. I primi esemplari avevano tuttavia funzioni meramente pratico-orientative, quali l'organizzazione della circolazione di uomini e merci via terra

e via mare, ma non offrivano informazioni tecniche relative al viaggio stesso. Rispetto a questi primi testi già la letteratura di viaggio di lingua greca di poco posteriore offre vere e proprie descrizioni degli itinerari e delle destinazioni; l'opera più conosciuta di questo periodo è la guida di Pausania, scritta tra il 170 e il 180 d.C., contenente non solo descrizioni di monumenti siti in Grecia, Siria, Egitto, Libia e Italia meridionale, ma anche informazioni storiche e mitologiche legate a quelle località.

In epoca di Roma imperiale, nella quale era consuetudine delle famiglie aristocratiche spostarsi in estate nelle località di villeggiatura, erano molto diffusi i cosiddetti *itineraria*, che anch'essi hanno ben poca affinità con le guide "classiche": contenevano infatti semplicemente l'elenco dei collegamenti stradali, nonché informazioni sulle stazioni per il cambio dei cavalli e sulla distanza che intercorreva tra una stazione e l'altra. Indicazioni dello stesso tipo esistevano anche per le rotte marittime.

Nel Medioevo, epoca in cui la motivazione degli spostamenti era soprattutto di matrice religiosa, proliferarono itinerari e guide per i pellegrini, che offrivano consigli per il percorso da seguire e informazioni sulle distanze. La prima guida pubblicata in veste tipografica apparve nel 1495 ad opera del monaco Hermann Künig, che descrisse il percorso da Vach in Baviera a Santiago de Compostela.

Nell'Umanesimo riprese la tradizione delle relazioni di viaggio e degli itinerari: nel 1501 apparve la prima mappa stradale dell'Europa centrale, opera del fabbricante di bussole Erhard Etzlaub (1462-1532) di Norimberga. Successivamente presero forma due tipi di guide turistiche: da un lato quelle che contenevano proposte di itinerari ed erano mosse da intendimenti pratici; dall'altro quelle che contenevano descrizioni di città e regioni ed erano destinate non solo ai viaggiatori, ma anche − a partire dalla fine del sec. XVI − ad un pubblico più ampio.

Nel periodo tra il sec. XVI e il sec. XVIII il viaggiare in terre lontane, ma ricche di tradizioni culturali entrò a far parte di un modello educativo ad uso dei giovani aristocratici europei,

soprattutto britannici, che nel cosiddetto *Gran Tour* attraverso l'Europa continentale si accostavano ai modelli di bellezza classica, oltre che ai centri di potere e alle regole della diplomazia. Scompare insomma l'idea del viaggio motivato dalla devozione sostituita da quella dello spostamento dettato da esigenze di natura culturale e laica. Si sviluppa di conseguenza una vera e propria letteratura di viaggio arricchita da schizzi, disegni ed epistolari che ancora oggi costituiscono una preziosa testimonianza per gli studiosi. Anche le guide si adeguano al nuovo obiettivo del viaggio, dedicando molta attenzione alla descrizione delle opere classiche e del loro contesto culturale con l'intento di spronare i destinatari alla visita delle vestigia del passato e di allontanarli dalle tentazioni mondane (cfr. Meyer 1995: 85-86).

La guida turistica come la conosciamo oggi si sviluppa e si diffonde nel corso del XIX secolo, quando si profila una nuova categoria di viaggiatori, appartenenti alla borghesia, che intraprende il viaggio, oltre che per arricchire le proprie conoscenze, come forma di svago e per puro diletto. Le guide dedicate da John Murray (1836) e Karl Baedeker (1842)[2] alla Germania e in seguito ad altre destinazioni turistiche rappresentano i modelli di maggior successo di questo tipo di testo.

## 3. **La redazione delle guide turistiche**

Generalmente gli autori delle guide turistiche appartengono alla stessa comunità linguistico-culturale dei destinatari (lettori/acquirenti). Se da un lato infatti il turista è mosso dal

[2] Baedeker esordisce come editore di guide turistiche nel 1835 con il viaggio lungo il Reno basato su una precedente guida pubblicata da J.A. Klein nel 1828 (*Rheinreise von Mainz bis Köln, Handbuch für Schnellreisende*) di cui, alla morte dell'autore, acquisisce i diritti nel 1832. Nel 1842 pubblica un *Handbuch für Reisende durch Deutschland und den Oesterreichischen Kaiserstaat* (Manuale per viaggiatori in Germania e nell'Impero austriaco), che si ispira dichiaratamente al precedente *Handbook for Travellers on the Continent* di Murray. Cfr. Pretzel 1995: 62-64.

desiderio di evasione e sceglie quindi un ambiente – geografico, ma anche culturale – che si differenzi da quello proprio, dall'altro viene attratto da caratteristiche compatibili con il bagaglio di esperienze acquisite e quindi rassicuranti (cfr. Wetzel 1994: 71-73). All'autore della guida turistica spetta pertanto il compito di mediare tra il nuovo da scoprire e il noto da consolidare.

Karl Baedeker, le cui guide, a partire dal 1861, sono state tradotte in inglese e in francese, aveva capito l'importanza di questo aspetto psicologico: le edizioni inglesi e francesi delle sue guide, infatti, non furono mai semplici traduzioni dal tedesco, ma vennero adattate e modificate secondo i gusti e gli interessi dei nuovi destinatari (cfr. Hinrichsen 1991: 21).

Nel novero delle più note guide sulla Sardegna in originale e in traduzione attualmente disponibili sul mercato librario italiano e tedesco[3] rientrano, oltre a quelle esaminate in questo contributo, le edizioni italiane delle guide inglesi *Guide EDT, Lonely Planet e Rough Guides* e le edizioni tedesche delle guide inglesi *Lonely Planet* e *National Geographic-Spirallo*. È interessante notare che la traduzione in tedesco mediata dall'inglese ovvero la *Guida Mondadori* menzionata nel paragrafo precedente[4], è l'unica guida italiana disponibile in lingua tedesca.

[3] Sia delle guide turistiche in generale sia di quelle dedicate in particolare alla Sardegna il mercato dispone di un'amplia gamma. Si va dalle guide classiche, indirizzate ad un pubblico eterogeneo (p.es. *Baedeker*, *Marco Polo*, *Merian*, *Polyglott* in Germania, le guide nelle varie collane del *Touring Club*, le *Guide Mondadori*, *De Agostini* ecc. in Italia), alle guide alternative, sviluppatesi soprattutto a partire dagli anni Settanta-Ottanta (p.es. le guide dell'editore Michael Müller o del gruppo editoriale Reise Know-How in Germania, la collana "Guide per viaggiare" dell'editore *Polaris* in Italia), a guide per destinatari specifici (p.es. famiglie con bambini), o incentrate su temi specifici (p. es. viaggi in moto, in barca, con camper, o anche trekking o biking ecc.).

[4] L'edizione tedesca della *Guida Mondadori Sardegna* è pubblicata da Dorling Kindersley, un editore inglese con sede succursale a Monaco di Baviera; le traduzioni tedesche delle guide sono basate sempre sulle edizioni inglesi.

## 4. **Le caratteristiche funzionali della *guida turistica***

Al tema del viaggio è dedicata una vasta e differenziata gamma di generi testuali che, a titolo indicativo, possono essere classificati in sei macroambiti (cfr. Link 1963, Calvi 2000):
documentazioni di viaggio scientifiche e divulgative, p.es. A. von Humboldt;[5]
diari, relazioni, descrizioni e racconti di viaggio, che riportano le esperienze di un viaggio realmente avvenuto, p.es. D.H. Lawrence, E. Jünger;[6]
novelle e romanzi di viaggio, che ruotano attorno a un viaggio reale o fittizio, p.es. J. Conrad;[7]
guide e manuali turistici;
annunci pubblicitari da parte di agenzie, *tour operator*, enti pubblici;
articoli e servizi informativi concernenti l'organizzazione turistica (catene alberghiere, trasporti, flussi turistici) pubblicati nelle sezioni economiche di quotidiani e riviste.

Sulla guida turistica, il genere testuale oggetto del nostro contributo, negli ultimi decenni si sono focalizzati diversi studi linguistici che hanno portato a una caratterizzazione dei suoi tratti salienti (p.es. Klein 1985, Enkvist 1991a, Enkvist 1991 b, Adamzik 1993, Pretzel 1995, Ramm 2000, Calvi 2000, Neumann 2003, Nigro 2006, Santulli 2007, Fandrych/Thurmair 2011: 52-72).

Essa viene identificata come un genere testuale complesso ed eterogeneo, che presenta un basso livello di standardizzazione; più propriamente può essere considerata un'unità funzionale superiore, un 'supertesto' (*Großtext*) che abbraccia quattro sottogeneri (*Subtextsorten*), ossia generi testuali caratterizzati ciascuno da una

[5] Di A. v. Humboldt, vedi il volume illustrato *Vues des Cordillères et Monuments des Peuples Indigènes de l'Amérique* (1810).
[6] Di D.H. Lawrence si ricorda *Sea and Sardinia* (1921), di E. Jünger, *Am Sarazenenturm* (1956).
[7] Il rimando è al capolavoro di J. Conrad, *Heart of Darkness* (1899).

funzione dominante (cfr. Fandrych/Thurmair 2011: 52), come riportato di seguito:
Testi di orientamento (*Orientierungstexte*): servono ad un primo orientamento globale, contengono spesso giudizi di valore e svolgono una funzione implicitamente appellativa;
Testi di supporto pratico (*Ratgebertexte*): fanno riferimento ai diversi aspetti pratici (p.e. modalità di viaggio, sicurezza, scelta dell'alloggio ecc.) e svolgono una funzione di ausilio nella pianificazione e realizzazione concreta del viaggio;
Testi di supporto alla visita (*Besichtigungstexte*): descrivono in modo dettagliato oggetti e ambienti di vario genere e contengono spesso un (implicito) invito all'azione, giacché strutturano e modellano la sequenza dell'osservazione, la focalizzazione dell'attenzione e infine lo spostamento del lettore/visitatore nello spazio. I testi descrittivi evidenziano in modo prototipico la struttura iconica fondata sul principio "*stop-look-see*": al turista viene suggerito prima dove fermarsi, successivamente dove guardare e in terzo luogo che cosa vedere. La guida turistica acquisisce in tal modo anche una funzione di indirizzo, nel senso che il destinatario in sostanza viene sollecitato a prendere visione di ciò che la guida gli suggerisce (cfr. Enkvist 1991a: 9, Enkvist 1991b: 9);
Testi di approfondimento (*Hintergrundtexte*): offrono un quadro sommario di informazioni più approfondite su determinati argomenti storici, culturali, storici ecc. ritenuti rilevanti dall'autore/dagli autori della guida.

Ovviamente la classificazione di cui sopra è prevalentemente teorica, poiché in realtà i confini dei singoli sottogeneri testuali restano di fatto sfumati (cfr. Fandrych/Thurmair 2011: 54)[8]; la

[8] Anche il geografo Albrecht Steinecke (1994: 19-21), seppure in una prospettiva diversa, nella sua caratterizzazione delle guide turistiche propone uno 'schema a quattro campi' (*Vier-Felder-Schema*); a ciascuno di essi corrisponde una specifica funzione all'interno della struttura globale della guida turistica e nel loro insieme sono riconducibili a due piani funzionali: il piano dell'orientamento (*Orientierungsebene*) e il piano della trasmissione dell'informazione (*Vermittlungsebene*). Al primo

guida turistica, ovvero l'insieme dei sottogeneri di cui si compone, è finalizzata a persuadere il turista (cfr. Introduzione, §1), da un lato, a preferire una determinata guida turistica anziché un'altra (motivazione estrinseca, dettata dalla concorrenza editoriale) e, dall'altro, a visitare determinati luoghi, ad ammirarne particolari caratteristiche, ricchezze ecc. (motivazione intrinseca, propria della guida come genere).

## 5. **La traduzione delle guide turistiche**

La traduzione interlinguistica, come è stato rilevato da House (1997, cfr. anche Gutt 2000: 47-54, Nord [3]2007: 248-263), è guidata sostanzialmente da due principi:
a.) l'adesione alla struttura del TP, in modo da suscitare nel ricevente un effetto straniante (*overt translation*);
b.) l'adeguamento del TP alle convenzioni proprie della cultura dei destinatari, in modo che nella loro percezione il testo si configuri come un originale (*covert translation*).

La scelta tra questi due principi non è arbitraria, ma è subordinata al livello di equivalenza funzionale tra TP e TA: dipende cioè dalla corrispondenza tra i rispettivi contesti pragmatico-comunicativi (Koller [7]2004: 248-252). La traduzione delle guide turistiche si configura come *covert translation*, tesa principalmente a un'equivalenza pragmatica che comporta l'adattamento del TP in base alle diverse esigenze dei riceventi del

---

corrispondono 1. l'orientamento geografico (*Wegweiser*) tramite materiale cartografico e 2. l'animazione (*Animateur*), ossia le informazioni che permettono al turista di organizzare e realizzare i propri interessi e attività di svago (sport, corsi di lingua, vita notturna ecc.) nel luogo di destinazione; al secondo corrispondono 3. l'organizzazione del viaggio (*Organisator*), ossia la programmazione dell'itinerario, la scelta dell'alloggio ecc. e 4. l'interpretazione (*Interpret*), ossia la presentazione degli aspetti culturali e sociali della destinazione tramite la selezione di determinati luoghi e monumenti da visitare, nonché del tipo e quantità di informazioni fornite.

TA e può richiedere anche adattamenti parziali, come si vedrà in seguito.

Si è già rimarcato che la funzione primaria delle guide turistiche è quella informativa, a cui si associa tuttavia la funzione persuasiva; a quest'ultima funzione nelle guide da noi prese in esame è da rimandare p. es. l'uso nel testo originale e, coerentemente, in quello tradotto, di superlativi, di costrutti iperbolici e metaforici:

> "traumhafteste Orte", "spannendste Sehenswürdigkeiten", "Europas höchste Dünen", "Traumwelt", "ein einmaliges Erlebnis" (MPDE: 4-5);
> "i luoghi più suggestivi", "le più appassionanti attrazioni", "le dune più alte d'Europa", "un mondo di sogno", "un'esperienza unica" (MPIT: 4-5);
>
> "Puderzuckerstrände, auf die das kristallblaue Meer schwappt, Sonne am strahlendblauen Himmel" (MDE: 39);
> "Spiagge di sabbia finissima bagnate da acque cristalline" (MIT: 39);
>
> "Il suo mare […] è stato dichiarato tra i più puliti d'Italia", "La costa sud-occidentale […] è una delle più spettacolari e meglio conservate dell'isola", "La leggendaria trasparenza del mare di Sardegna"; (GMIT: 126, 52, 168)
> "[...] the nearby seaside is the cleanest in Italy", "The southwestern coast is one of the most unspoiled on the island", "The legendary allure of the beaches in Sardinia"; (GMEN: 126, 52, 168)
> "Nirgendwo in Italien ist das Meer so sauber wie bei Bosa", "Die Südwestküste ist eine der unberührtesten der Insel", "Die legendäre Schönheit der sardischen Strände" (GMDE: 126, 52, 168).

La corrispondenza funzionale tra TP e TA è inoltre alla base di alcuni procedimenti di adattamento quali p.es. *aggiunte* di

informazioni (5.1.) volte all'integrazione "del sapere enciclopedico" del destinatario; *omissioni* di informazioni (5.2.) considerate ridondanti per il destinatario, e *sostituzioni* (5.3.), di alcuni segmenti del TP con altri elementi più consoni all'universo culturale del destinatario, o di descrizioni di persone e modi di vivere stereotipici con descrizioni più generiche.[9]

5.1 *Aggiunte*

Le informazioni aggiunte nelle traduzioni inglese e tedesca sono volte prevalentemente a spiegare (a) *realia*, p.es. "domus de janas" ("house of fairies", "rock-cut tombs"; "Feenhaus"; "Felsgräber", GMEN/DE: 32) o, viceversa, (b) a specificare immagini generiche del TP:

> […] mentre a Mamoiada i famosi mamuthones sfilano durante il carnevale coperti dalle loro *maschere grottesche*. (GMIT: 95)[10]
>
> At Mamoiada the Mamuthones lead the Mardi gras processions wearing *forbidding masks, cow bells and sheepskins*. (GMEN: 95)
> In Mamoiada führen die Mamuthones jährlich *mit hölzernen Masken, Kuhglocken und Schaffellen* die Karnevalsumzüge an. (GMDE: 95)

In alcuni casi le aggiunte contengono informazioni di tipo amministrativo-giuridico:

> Le dieci spiagge della Sardegna da non perdere. […] La più rosata. La spiaggia dell'isola di Budelli, formata da pezzi di

[9] In questo contributo, i termini "adattamento", "aggiunta", "omissione" e "sostituzione" hanno un significato meramente operativo; per la discussione sulla differenziazione delle varie categorie di traduzione rinviamo a Reiß 1971 e a House 1997.
[10] I corsivi negli esempi, se non indicato diversamente, sono delle autrici.

conchiglia, coralli e microorganismi marini ha incredibili riflessi rosa (GMIT: 19)
Sardinia's ten best beaches. […] Best coral beach. The beach on the island of Budelli consists of pieces of shells, coral and marine micro-organisms, *Now, however, landing on the island is forbidden.* (GMEN: 21)
Die zehn besten Strände Sardiniens. […] Die schönsten Korallen. Der Strand auf der Isola di Budelli besteht aus Korallenresten, Muschelteilen und Meeresmikroorganismen. *Inzwischen ist das Betreten der Insel verboten.* (GMDE: 21)

5.2 *Omissioni*

Le omissioni ricorrenti nelle traduzioni inglese e tedesca della *Guida Mondadori* riguardano soprattutto (a) specificazioni concernenti quantità e misura, oppure (b) informazioni legate al contesto socioculturale italiano e quindi rivolte a quel determinato *target*:

(a)

Le acque cristalline del Mar Mediterraneo lambiscono *i 1849 km di* costa che si rompono in una quantità impressionante di scogli e isolette *(per la precisione 462)*. (GMIT: 18)
Washed by the clear blue waters of the Mediterranean, Sardinia offers a varied coastline of sculpted cliffs and coves. (GMEN: 20)
Das klare blaue Wasser des Mittelmeeres formte eine Küste mit unzähligen Klippen und Buchten. (GMDE: 20)

(b)

Certi campeggi […] dispongono anche di un certo numero di bungalow in muratura, con servizi privati e angolo cottura, ma i prezzi sono decisamente alti, *specialmente nel mese di agosto*. (GMIT: 169)
Some camp sites also have a small number of bungalows or chalets with a bathroom and kitchen area. These are often very attractive but the prices can be steep. (GMEN: 169)

> Einige Plätze vermieten auch Bungalows mit Bad und Kochnische. Die Preise sind teilweise horrend. (GMDE: 169)

Nei testi contenenti suggerimenti concreti, inoltre, alcuni commenti, evidentemente considerati troppo soggettivi, vengono omessi nelle traduzioni inglese e tedesca:

> Extra. Generalmente sono considerati extra il consumo di bevande durante il pasto, il consumo di bevande o altri prodotti contenuti nel frigobar o il servizio in camera, il telefono, *che può avere dei ricarichi imbarazzanti* e, in qualche caso, anche l'aria condizionata. (GMIT: 169)
>
> Extras. Generally speaking, you will pay separately for drinks consumed with your meal, anything taken from the minibar in your room, room service and telephone calls. In some cases air conditioning may be charged as an extra. (GMEN: 169)
>
> Extras. Meist sind Getränke zu den Mahlzeiten nicht im Pauschalpreis enthalten, ebenso wenig Getränke aus der Minibar, Zimmerservice und Telefonate vom Zimmer. Zuweilen wird die Klimaanlage extra berechnet. (GMDE: 169)

Sono sistematicamente omessi anche i passi che (a) evidenziano in modo critico il rapporto egemonico dell'Italia nei confronti della Sardegna e (b) contengono stereotipi riguardanti la Sardegna, l'Italia, i paesi mediterranei o i rispettivi abitanti:

> (a)
> Die Küstengebiete, die fruchtbaren Ebenen, die Bergbauregionen gehörten nacheinander den Puniern, Römern, Byzantinern, Pisanern und Genuesen, den Spaniern *und schließlich den Italienern vom Festland.* (MPDE: 8)
>
> Le zone costiere, le pianure fertili, le aree minerarie furono colonizzate prima da Fenici, Romani, Bizantini, poi da Pisani, Genovesi e Spagnoli. (MPIT: 8) [omesso: *e infine dagli italiani della Penisola*].

(b)

> Die Hauptmahlzeit auf Sardinien ist das Abendessen, 'la cena'. Es findet zwischen 19.30 und 23 Uhr statt. Mittags gehen die Sarden normalerweise nicht außer Haus essen, da die 'mamma' für die ganze Familie den 'pranzo', das Mittagessen, kocht. (MDE: 16) [omesso per intero in MPIT].

Anche nell'intervista all'autore della guida Marco Polo, che chiude il volume, nell'edizione italiana è riscontrabile l'omissione di un passo (evidenziato in corsivo):

> Und was gefällt Ihnen nicht [an Sardinien]? – *Der sehr lockere Umgang vieler Sarden mit dem Müll*, die vielen Waldbrände und die wuchernden Neubauten an Stränden […] (MPDE: 130)
> E cosa le piace meno [della Sardegna]? – [omesso: *Il rapporto molto disinvolto di molti sardi con l'immondezza*] I numerosi incendi nei boschi e i nuovi complessi edilizi che deturpano le spiagge […] (MPIT: 126)

## 5.3 *Sostituzioni*

### 5.3.1 *Informazioni target-oriented*

La guida *Mondadori* dedica ampio spazio alle informazioni storiche sulla regione, strutturate in un ordine temporale che va dalla Preistoria al presente (GMIT: 31-45). Nell'edizione inglese, in particolare nella descrizione degli eventi relativi agli ultimi trent'anni, sono presenti alcuni adattamenti *target-oriented*: non sono riportate in generale informazioni sportive o politiche considerate irrilevanti o negative per un ricevente britannico o statunitense[11], mentre sono state inserite notizie ritenute d'interesse

[11] Si tratta dell'informazione che nel 1983 l'Italia, tramite l'*Azzurra* dello Yacht Club Costa Smeralda partecipa per la prima volta all'America's Cup

per quel *target* specifico quali p.es. l'accordo sardo-americano relativo allo sfruttamento delle risorse aurifere della Sardegna, la tassazione di seconde case, yacht e aerei privati introdotta nel 2006 per i non residenti, e l'informazione sull'introduzione dell'euro in Italia nel 2002 (GMIT: 45). Nell'edizione tedesca, traduzione "fedele" della versione inglese, considerato il *target* diverso, questo adattamento può produrre un effetto straniante.

Nelle prime pagine della guida *Marco Polo* viene descritto il momento dell'arrivo (ideale) del turista nell'isola. La percezione della destinazione turistica, prima che visiva, è acustica ("Dopo una notte di navigazione il frastuono dei motori del traghetto si affievolisce [...]", p. 8), tattile ("si percepisce la brezza che soffia dalla terraferma", p. 8), olfattiva ("un misto di profumi di mirto, lentischio, corbezzolo, cisto, ginepro, rosmarino e altre piante aromatiche tipiche della macchia mediterranea della Sardegna", p. 8). Nella versione originale tedesca, invece, l'impatto olfattivo è affidato ad arbusti mediterranei più generici: "einen warmen Duft von Macchia, von Thymian, Myrthe, Rosmarin und vielen anderen aromatischen Kräutern Sardiniens" (MPDE: 8). Nella traduzione italiana di questo testo di orientamento iniziale, fortemente evocativo, la sostituzione consiste in un adattamento del TP all'immaginario del destinatario.

Soprattutto nei testi di orientamento il TA ricorre a uno smorzamento dell'aggettivazione emotivo-enfatica che nell'originale tedesco è spesso espressa da sequenze di due o più aggettivi:

> Grotta de Su Marmori. Sie zählt zu den *größten und beeindruckendsten* Grotten der Insel. (MDE: 7)
> Grotta Su Marmori. È una delle grotte *più grandi* dell'isola. (MIT: 7)
> Es ist schon eine *elitäre, künstliche* Welt, die der Ismaelitenprinz Karim Aga Khan in den 1960er Jahren für sich und andere betuchte Erholungssuchende schuf […] (MDE: 5)

---

(GMIT: 45), e quella relativa al ritiro della NATO dalla base militare de La Maddalena.

> Un luogo sicuramente *esclusivo*, creato negli anni Sessanta del secolo scorso dal principe ismaelita Karim Aga Khan per sé e per tutti quelli che possono permetterselo. (MIT: 5)

Anche alcune sequenze di due o più nomi in tedesco, la cui funzione è marcatamente evocativa, vengono sostituite da nomi o sintagmi che (a) caratterizzano una determinata attività, o (b) smorzano la forza evocativa dell'originale:

(a)
Hirten & Schafe (MPDE: 17)
Pastorizia (MPIT: 20)

(b)
Sinishalbinsel. Einsame Steppenlandschaft mit *Reitern, Schafen und Flamingos*. (MPDE: 4)
Penisola del Sinis. Paesaggio solitario e stepposo per *cavalcate in mezzo alla natura.*

### 5.3.2 *Rappresentazioni stereotipiche*

Nella guida *Marco Polo* alcuni adattamenti ricorrono nella rubrica dedicata alle raccomandazioni sulle cose da evitare in Sardegna: la guida tedesca presenta cinque punti[12], il primo dei quali rassicura il turista tedesco sulla sicurezza della destinazione mediterranea. Il brano, ricco di stereotipi etnici, si commenta da sé:

> Die beim Besuch von Mittelmeerländern üblichen und oft ziemlich übertriebenen Ängste vor Dieben, Räubern, Betrügern und Machos können zu Hause bleiben. Die Sarden sind fast immer herzlich und hilfsbereit, sofern ihnen Respekt

[12] La rubrica è intitolata "Bloß nicht!" I punti elencati sono i seguenti: "Überall Nepp und Betrügerei befürchten"; "Gepäck im Auto lassen"; "Organisierte Busausflüge"; "Mit dem Feuer spielen"; "In der Saison einfach drauflosfahren" (MPDE: 132).

> entgegengebracht wird. Nepp und Betrügereien sind selten, denn sie widersprechen dem sardischen Ehrenkodex. Besonders in den Dörfern und Kleinstädten leben die Menschen noch immer sehr stark in ihrem traditionellen Wertesystem, wo persönliche Ehre, Familie, Sippe und Freundschaft unantastbar sind. (MPDE: 132)[13]

Questo passo è omesso per intero nella traduzione italiana, che pur contiene un'analoga rubrica intitolata "Da evitare" con sei raccomandazioni, ovvero quattro di quelle contenute nel TP ("partire senza prenotazione in alta stagione", "giocare con il fuoco", "bagagli e oggetti in auto", "gite organizzate in autobus"), alle quali se ne aggiungono altre due ("dimenticare l'ombrellone" e, curiosamente, evitare "la strada statale 597", definita "una delle più pericolose della Sardegna", MPIT: 123).

Anche nella guida *Merian live!* troviamo frequentemente rappresentazioni stereotipiche della vita italiana in generale e sarda in particolare: in una prospettiva quasi etnografica l'originale tedesco descrive il rito italiano del caffè mattutino al bar:

> Einen normalen Arbeitstag beginnen die Sarden anders, als es bei uns üblich ist. Oder können Sie sich vorstellen, jeden Morgen in einer Bar um die Ecke einen Espresso zu trinken? Was diese Sitte angeht, sind die Sarden dann wieder ganz italienisch, auch wenn sie es nicht immer sein wollen. Stellen Sie sich morgens also einfach einmal in eine Bar und beobachten die Menschen, wie sie ihren Tag beginnen. Meist stehen sie an der Theke und rühren scheinbar Unmengen von

[13] "Potete lasciare a casa la paura di diventare vittime di scippatori, ladri, truffatori e macho che colpisce spesso in modo esagerato chi visita un paese del Mediterraneo. I sardi sono quasi sempre cordiali e disponibili, se vengono trattati con rispetto. Furti e imbrogli sono rari in quanto vanno contro il codice d'onore sardo. Soprattutto nei paesi e nelle piccole città le persone vivono ancora fortemente ancorate al loro sistema di valori tradizionali all'interno del quale l'onore, la famiglia, il parentado e l'amicizia sono intoccabili." (trad. nostra)

> Zucker in ihre kleine Espressotasse, um deren Inhalt dann in ein oder zwei Schlucken zu leeren. (MDE: 15)[14]

Nell'edizione italiana il brano è molto più sintetico; viene meno la prospettiva "etnografica", che è sostituita dall'immagine suggestiva della vacanza estiva al mare: "La mattina appena svegli potete godervi la colazione nel vostro hotel o nel bed & breakfast in cui soggiornate. In alternativa potete prendere un espresso in un bar, magari sulla spiaggia." (MIT: 15)

Come ogni guida turistica che, in quanto prodotto commerciale, deve promuovere un *brand* dai tratti ben definiti, anche la *Guida Mondadori* non rinuncia all'uso degli stereotipi, sebbene con una minore componente etnica rispetto alle guide tedesche. Nel testo di orientamento iniziale è impiegato un linguaggio fortemente evocativo:

> Tra le tante sensazioni che si provano quando si sbarca in Sardegna per la prima volta, forse quella che colpisce di più è dovuta all'unicità di quest'isola. Lontana, in mezzo al mare, la Sardegna è stata per millenni ai margini della storia e dei commerci del Mediterraneo: un mondo a parte, splendido e peculiare. (GMIT: 13)

Nella traduzione inglese, e di conseguenza in quella tedesca, lo stile evocativo-narrativo del TP è sostituito da una descrizione sintetica:

[14] "I sardi cominciano una normale giornata di lavoro in modo diverso rispetto a noi: o potete immaginarvi di prendere ogni mattina il caffè al bar sotto casa? Riguardo a questa usanza, quindi, i sardi sono del tutto italiani, anche se non sempre vogliono esserlo. Andate la mattina in qualche bar e mettetevi a osservare come le persone iniziano la propria giornata. Per lo più stanno al banco e sembra che versino quantità incredibili di zucchero nella loro tazzina, per poi berne il contenuto in un sorso o due." (trad. nostra)

> The very isolation of this large island set in the middle of the Mediterranean has shaped its unique character. For thousands of years Sardinia has stood on the sidelines of mainstream Mediterranean historical events, remaining a singular world to itself. Even the Romans found it a difficult place to subdue. (GMEN: 15)
> Seinen einzigartigen Charakter verdankt Sardinien seiner isolierten Lage im Mittelmeer. Seit Jahrtausenden bildet die Insel – von den wichtigen historischen Ereignissen im Mittelmeer relativ unberührt – eine Welt für sich. Selbst die Römer hatten Schwierigkeiten, Sardinien zu unterwerfen. (GMDE: 15)

## 6. **Conclusioni**

Da questo primo confronto a carattere esplorativo emerge che:
- nelle guide turistiche italiane gli elementi di enfatizzazione hanno generalmente maggiore forza evocativa, mentre in quelle tedesche si riscontra la preferenza per figure retoriche già largamente diffuse nel linguaggio comune e quindi più stereotipiche. Poiché questo fenomeno si può osservare sia nei testi tedeschi originali sia nelle traduzioni tedesche, sembrerebbe una caratteristica propria del linguaggio turistico tedesco; una considerazione analoga perviene lo studio contrastivo di Eva Stoll (2001: 348) di un corpus di dépliant turistici in tedesco, italiano, francese, spagnolo e inglese;
- le guide tedesche contengono un insieme di stereotipi incentrati sul complesso tematico natura-cultura-gente, mentre la guida Mondadori usa prevalentemente stereotipi incentrati sul paesaggio.

Sarebbe interessante approfondire l'analisi degli stereotipi, chiedendosi se tendenzialmente le rappresentazioni stereotipiche vengano usate con maggiore frequenza nelle guide dedicate a destinazioni estere rispetto a quelle dedicate ad una destinazione "domestica". Alcuni studi evidenziano infatti che processi di stereotipizzazione – o perlomeno di semplificazione – sono indubbiamente ricorrenti nelle guide dedicate a destinazioni

estere[15], ma sono presenti anche in guide dedicate ad una destinazione "domestica" (cfr. Steineke 1994: 24-25).

Per quanto concerne inoltre i procedimenti di adattamento del testo nella LA, possiamo osservare che le aggiunte sono riscontrabili solo nella traduzione IT→TED, mentre le omissioni compaiono, seppure con motivazioni diverse, nelle traduzioni in entrambe le direzioni. Gli adattamenti riscontrati nelle versioni inglese e tedesca della *Guida Mondadori* riguardano aspetti prettamente informativi, mentre quelli effettuati nelle traduzioni italiane delle guide tedesche *Merian* e *Marco Polo* sono volti principalmente alla sostituzione di passi stereotipici o denotanti una distanza culturale troppo marcata.

* Presentiamo qui la versione rielaborata di una relazione tenuta nell'ambito del XII Convegno internazionale *Da Ulisse a … Il viaggio verso le Terre Felici*, Imperia 6-8 ottobre 2011; la sua stesura è frutto della collaborazione delle due autrici, che firmano insieme il paragrafo 1; del paragrafo 2 è responsabile Livia Tonelli, dei paragrafi 3-6 Tania Baumann.

**OPERE CITATE**

I.

Bausenhardt, Hans. *Sardinien.* Marco Polo, Ostfildern, Mairdumont, [13]2010. (=MPDE)

Bausenhardt, Hans. *Sardegna.* Marco Polo. Trad. it. di Angela Nardone. Torino, EDT, 2011. (=MPIT)

Bülow, Friederike von. *Sardinien*. Merian live! München, Travel House Media, [2]2011. (=MDE)

Bülow, Friederike von. *Sardegna*. Merian. Trad. it. di Martina Gabelli. Vercelli, White Star, 2010. (=MIT)

Ardito, Fabrizio et al. *Sardegna*. Le guide Mondadori. Milano, Mondadori, [10]2010 [1997]. (=GMIT)

Ardito, Fabrizio et al. *Sardinien.* VIS-À-VIS. Trad. ted. di Pesch und Partner Bremen. München, Dorling Kindersley, 2011 [1999]. (=GMDE)

[15] A questo proposito abbiamo già citato Calvi per le guide italiane dedicate alla Spagna, ma rappresentazioni analoghe sono documentate per le guide tedesche dedicate a Sicilia, Maiorca, Marocco e altre destinazioni mediterranee nel volume curato Popp (1994). Per le rappresentazioni di Monaco di Baviera secondo una prospettiva italiana vedi Agreiter (2000).

Ardito, Fabrizio et al. *Sardinia*. Eyewitness Travel. Trad. ingl. di Richard Pierce. London, Dorling Kindersley, 2011 [1998]. (=GMEN)

II.

Adamzik, Kirsten. "Dialogische Elemente in Reiseführern", in: *Dialoganalyse IV.* Referate der 4. Arbeitstagung, Basel 1992. Hg. v. H. Löffler u. Mitarbeit v. C. Grolimund u. M. Gyger. Tübingen: Niemeyer, 1993. 169-176.

Agreiter, Mechtild. "Das Münchenbild in italienischen Reiseführern", in: *Geographische Rundschau*, 52, 3 (2000). 35-39.

Calvi, Maria Vittoria. *Il linguaggio spagnolo del turismo*. Baroni, Viareggio-Lucca, 2000.

Enkvist, Nils Erik. "Discourse strategies and discourse types", in: Ventola, Elija (ed.) *Functional and Systemic Linguistics.* de Gruyter, Berlin – New York, 1991. 3-22.

Enkvist, Nils Erik. "Discourse Type, Text Type, and Cross-Cultural Rhetoric", in: Tirkkonen-Condit, Sonja (ed.) *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies.* Tübingen, Gunter Narr, 1991. 5-16.

Fandrych, Christian e Maria Thurmair. *Textsorten im Deutschen. Linguistische Analysen aus sprachdidaktischer Sicht.* Tübingen, Stauffenburg, 2011.

Gutt, Ernst-August. *Translation and Relevance.* Cognition and Context. St. Jerome, Manchester, 2000.

Hinrichsen, Alex W. "Zur Entstehung des modernen Reiseführers", in: Spode, Hasso (ed.) *Zur Sonne, zur Freiheit!* Beiträge zur Tourismusgeschichte. Berlin, Verlag für universitäre Kommunikation, 1991. 21-32.

House, Juliane, *Translation Quality Assessment. A Model Revisited*. Tübingen, Narr, 1997.

Klein, Klaus-Peter. "Reiseführer. Gebrauchsliteratur für unterwegs und zuhause", in: *Der Deutschunterricht*, XXXVII, 2 (1985): 18-28.

Koller, Werner ([7]2004) *Einführung in die Übersetzungswissenschaft.* Wiebelsheim: Quelle & Meyer.

Link, Manfred. *Der Reisebeicht als literarische Kunstform von Goethe bis Heine.* Diss. Köln, 1963.

Meyer, Silvia. *Kommunikation im Tourismus.* Trier, Geographische Gesellschaft, 1995.

Neumann, Stella. *Textsorten und Übersetzen. Eine Korpusanalyse*

*deutscher und englischer Reiseführer.* Frankfurt et al., Lang, 2003.
Nigro, Maria Giovanna. *Il linguaggio specialistico del turismo. Aspetti storici, teorici e traduttivi.* Roma, Aracne, 2006.
Nord, Christiane. *Textanalyse und Übersetzen*.Tübingen, Groos, [3]2007.
Pittalis, Paola. "Lo sguardo straniero", in: Brigaglia, Manlio (ed.): *La Sardegna. Enciclopedia.* Vol. III. Cagliari, Edizioni della Torre, 1994. 144-169.
Popp, Herbert (ed.). *Das Bild der Mittelmeer-Länder in der Reiseführer-Literatur*. Passau, Passavia Universitätsverlag und -druck, 1994.
Pretzel, Ulrike. *Die Literaturform Reiseführer im 19. und im 20. Jahrhundert.* Untersuchungen am Beispiel des Rheins. Frankfurt a.M. et al., Lang, 1995.
Ramm, Wiebke. "Textual Variation in Travel Guides", in: Ventola, Elija (ed.) *Discourse and Community: Doing Functional Linguistics.* Tübingen, Narr, 2000. 147-167.
Reiß, Katharina, *Möglichkeiten und Grenzen der Übersetzungskritik.* München, Hueber, 1971.
Reiß, Katharina, *Grundfragen der Übersetzungswissenschaft.* Wien, WUV, [2]2000.
Santulli, Francesca, "Le parole e I luoghi: descrizione e racconto", in: Antelmi, Donatella e Gudrun Held e Francesca Santulli. *Pragmatica della comunicazione turistica*. Roma, Editori Riuniti, 2007. 83-153.
Steinecke, Albrecht. "Der bundesdeutsche Reiseführer-Markt. Ein Überblick unter besonderer Berücksichtigung der Mallorca-Reiseführer", in: Popp, Herbert (ed.) *Das Bild der Mittelmeer-Länder in der Reiseführer-Literatur*. Passau, Passavia Universitätsverlag und -druck, 1994. 11-34.
Stoll, Eva, "Reiseprospekte im multilingualen Übersetzungsvergleich: eine kontrastive Textuntersuchung am Beispiel französischer, italienischer, spanischer, englischer und deutscher Texte", in: Albrecht, Jörn e Hans-Martin Gauger (ed.) *Sprachvergleich und Übersetzungsvergleich*. Frankfurt a.M. et al., Lang, 2001. 340-375.
Wetzel, Hermann H., "Von Riedesel zu DuMont. Das Bild Siziliens in den deutschen Reiseführern", in: Popp, Herbert (ed.) *Das Bild der Mittelmeer-Länder in der Reiseführer-Literatur*. Passau, Passavia Universitätsverlag und -druck, 1994. 71-92.