



Università
per Stranieri
di Perugia

Anno Accademico 2018-2019

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea Magistrale: **Traduzione e interpretariato per l'internazionalizzazione dell'impresa (TrIn)**

Insegnamento: **Lingua e Traduzione – Lingua inglese I**

Modulo **Traduzione specializzata dall'inglese in italiano**

Curriculum: **Unico**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Monica Brilli**

SSD: **L-LIN/12**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **40 ore di lezione e 110 ore di studio e attività individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

PREREQUISITI

Ottima conoscenza della lingua italiana e della lingua inglese, nonché una buona padronanza delle metodologie traduttive. Si consiglia agli studenti non madrelingua che non possiedono una solida padronanza della lingua italiana di frequentare i lettori offerti dall'Ateneo e agli studenti senza precedente esperienza di traduzione di frequentare nel I semestre le lezioni di un corso di traduzione en>it presso la Scuola Superiore di Mediazione Linguistica di Perugia.

OBIETTIVI FORMATIVI

a) Consolidare la conoscenza degli strumenti e delle buone prassi di lavoro del traduttore; b) approfondire la capacità di comprensione, analisi approfondita e puntuale e traduzione dall'inglese in l'italiano di testi scritti di varie tipologie – pubblicità, marketing, social media, siti web ecc. – rispettando criteri di accuratezza, precisione, completezza, scorrevolezza, correttezza, e in particolare di adeguatezza alle caratteristiche individuate in fase di analisi: intenzione comunicativa, informazioni trasmesse, funzioni comunicative, contesto, destinatari, eventuali adattamenti culturali o linguistici necessari per rispettare la funzione comunicativa del testo, terminologia, eventuali indicazioni stilistiche del committente; c) applicare le conoscenze di linguistica, pragmatica, traduzione e informatica acquisite negli insegnamenti del primo anno (cfr. Linguistica dei corpora, Linguistica italiana, Lingua e Linguistica inglese, Strumenti informatici per la traduzione) per affrontare testi rilevanti nel contesto dell'Internazionalizzazione dell'impresa e produrre traduzioni in italiano che risultino accurate ed efficaci.

CONTENUTO DEL CORSO

Il corso verte sulla traduzione e revisione di testi specialistici in lingua inglese appartenenti ad alcuni domini rilevanti per l'Internazionalizzazione d'impresa, in particolare testi tecnici, siti web e social media, pubblicità e marketing. A tale scopo, verranno introdotte nozioni e strumenti specifici della comunicazione tramite web, aziendale e della pubblicità, in particolare per la transcreazione di materiale pubblicitario e la localizzazione di siti web e di diverse tipologie di contenuti online.

La traduzione e la revisione dei testi verranno affrontate evidenziando le principali fasi della prassi traduttiva specializzata: analisi e contestualizzazione del testo di partenza, strategie e metodi di documentazione da fonti autorevoli e di ricerca terminologica, gestione terminologica, utilizzo e creazione di risorse (glossari, memorie di traduzione), brainstorming e tecniche di comunicazione pubblicitaria e sul web. Particolare attenzione verrà posta all'individuazione del rapporto tra globalizzazione ed elementi culturali "locali" o "regionali" nell'era della circolazione planetaria di prodotti, servizi, idee, ma anche di valori e modelli culturali.

Le competenze metodologiche e tecnologiche acquisite nell'insegnamento di Strumenti informatici per la traduzione verranno messe in campo attraverso il ricorso a programmi di traduzione assistita e di gestione terminologica (Trados Studio 2017, Multiterm, ecc.).

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti:

Le finalità del corso – svolto prevalentemente in modalità frontale e laboratoriale- saranno realizzate stimolando la riflessione sugli aspetti teorici, tecnici e deontologici del lavoro di traduzione attraverso il lavoro compiuto sui testi da tradurre prodotti nel corso dell'anno e la discussione in aula. Sono previsti interventi professionalizzanti di tipo seminariale con soggetti provenienti dal mondo dell'impresa. Verranno inoltre proposte attività analitiche mirate a stimolare la riflessione sulle implicazioni sia culturali sia economiche della comunicazione pubblicitaria e tramite web (social media, siti web, newsletter, mailing list ecc.) nonché sulle ricadute strettamente linguistiche di quest'ultima, con riferimento alla compresenza di linguaggi verbali e iconici.

Si cercherà di sviluppare un bagaglio quanto più ampio possibile di strategie di traduzione puntando a trattare i testi come incarichi professionali: si introdurranno elementi necessari per affrontare un incarico di traduzione in termini di pianificazione e tempi, strumenti e mezzi appropriati per realizzarlo (ricerche terminologiche, uso di software CAT e dizionari online, documentazione da fonti autorevoli, ecc.). A tale scopo, verranno fornite indicazioni relative ai tempi a disposizione per svolgere determinati compiti e gli studenti verranno invitati a pianificare incarichi da svolgere in collaborazione con i colleghi per stimolare la capacità di lavoro in squadra e di valutazione critica dei propri metodi attraverso il confronto con gli altri membri del gruppo di lavoro, elementi che rimandano a prassi consolidate sia nel mondo della traduzione sia nel contesto aziendale.

Si introdurranno infine nozioni base relative all'autovalutazione della qualità della traduzione e alla revisione delle traduzioni con esercitazioni da svolgere in aula e come compito autonomo.

Le lezioni verranno svolte in laboratorio informatico per consentire agli studenti di usufruire di PC connessi a Internet provvisti di software di traduzione assistita (Trados Studio 2017) e di gestione terminologica.

I materiali di supporto alla didattica (testi, link rilevanti ecc.) sono resi disponibili attraverso la piattaforma e-learning della Scuola Superiore per Mediatori Linguistici.

Per studenti non frequentanti:

I testi e i materiali analizzati durante il corso verranno resi disponibili in formato digitale sulla piattaforma e-learning della Scuola Superiore per Mediatori Linguistici. Eventuali elaborati prodotti durante il corso potranno essere sottoposti al docente per ottenere valutazioni e indicazioni utili ad acquisire le competenze teoriche e pratiche richieste.

METODI DI ACCERTAMENTO

È prevista la verifica dell'apprendimento delle tecniche di traduzione di testi relativi agli ambiti della pubblicità, del marketing e della comunicazione tecnica o tramite web e delle capacità di gestione di terminologia e contenuti complessi. La valutazione si basa su una prova finale che consta di due parti: 1) traduzione di testi simili, per argomento e tipologia testuale, a quelli analizzati durante il modulo (la lunghezza non è determinante) con l'utilizzo degli strumenti utilizzati e delle risorse create o individuate durante il corso, oltre a dizionari, glossari e documenti disponibili su Internet; 2) a. commento scritto in cui si espongono brevemente le fasi e le caratteristiche salienti della traduzione, motivando le risorse utilizzate e le scelte messe in atto, al fine di simulare condizioni di lavoro reale in cui sia necessario rendere conto dell'incarico svolto ad un possibile committente/cliente e di contestualizzare l'approccio traduttivo **oppure** b. risposta a una domanda teorica basata sui testi di riferimento del corso. La prova sarà svolta nel laboratorio informatico con PC dotati di software professionali (Trados Studio 2017) e collegamento a Internet e consegnata in formato elettronico.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per studenti frequentanti e non frequentanti:

- Materiale didattico distribuito nel corso delle lezioni e/o reso disponibile sulla piattaforma e-learning della Scuola Superiore per Mediatori Linguistici per le esercitazioni autonome.

Teoria e prassi della traduzione:

- Desjardins R., *Translating Social Media. In Theory, in Training and in Professional Practice*, Palgrave MacMillan, London, 2017.

Semiologia, comunicazione:

- Testa, Anna Maria, *La pubblicità. Suscitare emozioni per accendere desideri*, Società editrice il Mulino, Bologna, 2003 (3a edizione aggiornata 2007).

- Testa, Anna Maria, *Copywriter. Teoria, tecnica e pratica del lavoro di copywriter*, il Saggiatore, Milano, 2014.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

Per studenti frequentanti e non frequentanti:

Teoria e prassi della traduzione:

- Bassnet – Mc Guire, S., *La traduzione. Teorie e pratica*, Bompiani, Milano, 1993.

- Jakobson, Roman, "Aspetti linguistici della traduzione". In *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano, 1966, pp. 56-64 Traduzione e cura di Luigi Heilmann.

- Neergard, Siri. (a cura di), *Teorie contemporanee della traduzione*, Bompiani Milano, 1995.

- Newmark, Peter, *La traduzione: problemi e metodi*, Garzanti, Milano, 1988. (Traduzione dall'inglese di Flavia Frangini. Titolo originale: *Approaches to translation*, 1981).

Semiologia, comunicazione:

- Barthes, Roland, *Miti d'oggi*, traduzione di L. Lonzi, Einaudi, Torino, 1974.

- Barthes, Roland, *Elementi di semiologia*, trad. Andrea Bonomi, Einaudi, Torino 1966, 1992.

ALTRE INFORMAZIONI

La frequenza non è obbligatoria ma, data la natura teorico-pratica dell'insegnamento, è fortemente raccomandata. Si consiglia di leggere i testi di riferimento prima dell'inizio delle lezioni nel II semestre.

Ricevimento: su appuntamento

E-mail del docente: monica.brilli@mediazionelinguisticaperugia.it