

Alma Mater Studiorum Università di Bologna

SCUOLA DI LINGUE E LETTERATURE, TRADUZIONE E
INTERPRETAZIONE

Sede di Forlì

**Corso di Laurea magistrale in Traduzione specializzata
(classe LM-94)**

TESI DI LAUREA

in Traduzione Multimediale tra l'italiano e l'inglese

Tra informazione e intrattenimento:
Proposta di sottotitolaggio
di due episodi del *Last Week Tonight with John Oliver*

CANDIDATO:

Luca Amorosi

RELATORE:

Rachele Antonini

CORRELATORE:

Chiara Bucaria

Anno Accademico 2015/16

Terzo Appello

Indice

Premessa.....	4
1. Lit Review.....	7
1.1. La traduzione audiovisiva e i Translation Studies.....	7
1.1.1. Qualcosa di più, qualcosa di meno.....	9
1.2. Le nuove tecnologie.....	10
1.3. Il mercato dell'audiovisivo in Europa e Nord America.....	16
1.3.1. <i>Dubbing block</i> e <i>subtitling block</i>	19
1.3.2. Perché doppiare, perché sottotitolare.....	21
1.4. Il sottotitolaggio.....	24
1.4.1. Traduzione verticale e diagonale.....	26
1.4.2. Le fasi di produzione dei sottotitoli.....	27
1.4.3. Spazio e tempo nel sottotitolaggio.....	28
1.4.4. La segmentazione di due linee di sottotitoli.....	31
1.5. Lo studio dell'umorismo.....	33
1.6. Lo studio dei riferimenti culturali.....	36
1.7. Una questione di qualità.....	37
1.8. Conclusioni.....	38
2. Introduzione al lavoro.....	40
2.1. Il talk show negli Stati Uniti e in Italia.....	40
2.2. Il <i>Last Week Tonight with John Oliver</i>.....	43
2.2.1. Caratteristiche del programma.....	44
2.2.2. John Oliver.....	46
2.2.3. Le reazioni di pubblico e critica.....	47
2.3. I talk show americani e il sottotitolaggio.....	49
2.3.1. Criticità generiche del sottotitolaggio di un talk show.....	49

2.4.	Nel dettaglio: sottotitolare il <i>Last Week Tonight</i>.....	50
2.4.1.	Sottotitolare i monologhi.....	50
2.4.2.	Didascalie, filmati e immagini.....	51
2.4.3.	Tratti dell'oralità, espletivi, colloquialismi e terminologia specifica.....	54
2.4.4.	Tradurre i riferimenti culturali e l'umorismo.....	56
2.4.5.	L'anticipazione e la posticipazione dell'elemento comico.....	60
2.4.6.	L'intraducibile: la prosodia, la mimica, gli accenti.....	61
2.5.	Conclusioni.....	62
3.	Sottotitolaggio degli episodi selezionati.....	64
3.1.	Dalla teoria alla pratica.....	64
3.2.	Lo spettatore modello.....	66
3.3.	Il procedimento.....	68
3.4.	“Donald Trump's presidential campaign”, 28 febbraio 2016 (s. 3, e. 3).....	69
3.4.1.	Tabella dei sottotitoli con trascrizione originale e time-code.....	70
3.4.2.	Analisi traduttologica dei principali problemi di traduzione.....	88
3.4.2.1.	<i>Trattamento di un ECR tramite strategie source-oriented</i>	90
3.4.2.2.	<i>Trattamento di un ECR tramite strategie target-oriented</i>	91
3.4.2.3.	<i>Impossibilità di utilizzare strategie target-oriented</i>	94
3.4.2.4.	<i>Coerenza con la mimica del conduttore</i>	95
3.4.2.5.	<i>Spostamento di linee di sottotitoli in alto</i>	96
3.4.2.6.	<i>Tradurre l'umorismo</i>	97
3.4.2.7.	<i>Uso degli espletivi ed eventuale rapporto con l'umorismo</i>	98
3.4.2.8.	<i>Coesione testuale</i>	100
3.4.2.9.	<i>Scelte dettate da vincoli di tempo e spazio</i>	102
3.5.	“Special immigrant visa”, 19 ottobre 2014 (s. 1, e. 21).....	102
3.5.1.	Tabella dei sottotitoli con trascrizione originale e time-code.....	103
3.5.2.	Analisi traduttologica dei principali problemi di traduzione.....	117
3.5.2.1.	<i>Umorismo e rapporto con eventuali ECR</i>	118
3.5.2.2.	<i>Il trattamento degli espletivi</i>	122
3.5.2.3.	<i>L'uso degli equivalenti ufficiali</i>	123

3.5.2.4. <i>Coesione testuale</i>	124
3.5.2.5. <i>Intenzione comunicativa e funzione testuale</i>	124

4. Conclusione	126
-----------------------------	------------

Bibliografia	127
---------------------------	------------

Sitografia	131
-------------------------	------------

Abstract in inglese	134
----------------------------------	------------

Abstract in italiano	135
-----------------------------------	------------

Abstract in spagnolo	136
-----------------------------------	------------

Premessa

La scelta dell'argomento da trattare per la prova finale di un corso di laurea non è mai uno scoglio banale. Uno studente si ritrova a ripercorrere tutta la sua carriera universitaria ponderando i pro e i contro di ciascuna disciplina, scartando quegli ambiti che gli/le hanno suscitato minore interesse e cercando, al contrario, un percorso possibile per quelli che hanno maggiormente destato la sua curiosità. Nel mio caso, ho trovato il Corso di Laurea in Traduzione Specializzata molto affascinante nella sua interezza, tanto che ho valutato più di un insegnamento come potenziale sbocco per il mio elaborato. Alla fine, la scelta è ricaduta sull'ambito della traduzione multimediale principalmente per un motivo: ritengo che questo campo specifico della traduzione sia uno di quelli in più rapida crescita ed evoluzione a causa del proliferare sempre più liquido e per certi versi dispersivo di materiale audiovisivo di molteplici generi e su svariati canali e piattaforme. Dai film alle serie tv, dai cortometraggi ai video sui *content aggregator* online, dal *video on demand* alle pay-tv, siamo attualmente circondati da una programmazione televisiva e digitale che potenzialmente può occupare ogni singolo minuto della nostra vita quotidiana, senza contare quella dei cinema, specialmente dei multisala, che possono proporre tanti titoli diversi e per un lasso di tempo considerevole. La natura sempre più seriale di questi prodotti, inoltre, finisce per scandire il nostro tempo libero e la nostra quotidianità, dandoci sempre nuova linfa da consumare. Basti pensare che, secondo la rivista Wired Italia, sulla piattaforma Netflix sono disponibili 1081 serie tv nel catalogo statunitense e 196 nel catalogo italiano. Questo dato, oltre a dare un'idea delle infinite possibilità di fruire di prodotti audiovisivi, evidenzia anche quali siano le potenzialità per la traduzione audiovisiva di un genere come le serie televisive. Inoltre, un altro dato interessante è il boom recente di produzioni legate a film e serie televisive del passato: “Star Wars” con la nuova trilogia in divenire e gli spin-off; “Il Signore degli Anelli” e la nuova trilogia dello “Hobbit”; “Animali Fantastici” come prequel della saga di “Harry Potter”; il secondo film di “Trainspotting” che uscirà in questi giorni nelle sale o la serie televisiva relativamente nuova chiamata “Gotham” che si lega a doppio filo al mito di Batman sono solo alcune delle produzioni rivolte a particolari bacini di fan e quindi dal successo sicuro, quanto meno al botteghino o negli indici di ascolti. Insomma, mentre il mercato editoriale accusa da anni segni di crisi e si affida anch'esso alla tecnologia per cercare nuovi sbocchi (si vedano gli ebook come nuova frontiera della lettura), quello audiovisivo si può avvalere di canali

diversificati, di piattaforme diverse, di un numero elevato di produzioni cinematografiche e televisive e di una digitalizzazione sempre più avanzata che comporta vantaggi economici e temporali.

Chiaramente, questo progresso “matto e disperatissimo” ha anche il rovescio della medaglia, ovvero una richiesta di traduzioni audiovisive in sempre minor tempo che, se insoddisfatte, incoraggiano la ricerca di traduzioni alternative da parte di amatori e non professionisti e la mobilitazione di questi ultimi (*fansubber*), oppure il ricorso a metodi alternativi anche se validi solo come ripiego (sottotitoli automatici).

All'interno del vasto campo della traduzione audiovisiva, la mia scelta è ricaduta sul sottotitolaggio anche perché è il tipo di traduzione audiovisiva a cui sono maggiormente dedicati i corsi dell'Università di Bologna che ho seguito. Inoltre, il voice-over è una tecnica ancora poco comune in Italia, nonostante sia utilizzata per determinati generi di produzioni audiovisive, mentre il doppiaggio è un argomento accennato e studiato soprattutto a livello teorico, anche se per il corso di traduzione multimediale tra l'italiano e lo spagnolo abbiamo realizzato un progetto finale di doppiaggio molto affascinante. Il doppiaggio, per di più, necessita di ulteriori studi, non ultimi studi quelli di recitazione.

Le ragioni di questa scelta, quindi, sono dovute a un ragionamento orientato sulle potenzialità future, sull'interesse che ho nutrito per i corsi di traduzione multimediale che ho seguito a Forlì, sia quello tra l'inglese e l'italiano, sia quello tra lo spagnolo e l'italiano, e infine sull'argomento che è stato maggiormente preso in considerazione durante le lezioni di traduzione multimediale.

Detto della volontà di scrivere la mia tesi in questo ambito, rimaneva la scelta della lingua del prodotto originale, visto che ero aperto alla possibilità di tradurre da entrambe le lingue di studio, l'inglese e lo spagnolo. Più che la scelta della lingua, quindi, c'è stata la ricerca di un prodotto audiovisivo che facesse al mio caso, ovvero non ancora tradotto in lingua italiana con nessun tipo di traduzione audiovisiva, che potesse essere verosimilmente tradotto tramite sottotitoli per concretizzare il mio lavoro su un piano che non fosse totalmente ideale o virtuale, e che fosse di mio interesse, prerequisito fondamentale per svolgere un lavoro per una prova finale di un percorso accademico. È ovvio che nel mondo lavorativo reale non capiterà sempre di tradurre ciò che più piace, ma almeno in questo caso era necessario trovare qualcosa che appagasse anche la mia curiosità e mi invogliasse a produrre un lavoro il più possibile costante, rigoroso, completo e appassionato.

Come molte delle cose belle che accadono nella vita, mi sono imbattuto nel *Last Week Tonight with John Oliver* per caso. Ho trovato un estratto di un episodio, anzi proprio l'estratto riguardo a Donald Trump che poi ho deciso di sottotitolare, nella mia *home* di Facebook, condiviso da un'amica. A dimostrazione che i social network sono un contenitore fondamentale per attirare nuovi consumatori e appassionati, ho iniziato a seguire con frequenza i video pubblicati sia nella pagina del programma, sia sul canale YouTube, appassionandomi al modo con cui John Oliver espone gli argomenti con cognizione di causa, sagacia e pungente ironia. L'ho considerato fin da subito un programma illuminato, in primis per la maniera in cui riesce a informare divertendo, o divertire informando, a seconda dei punti di vista. In secondo luogo, lo reputo innovativo per il montaggio delle immagini e dei filmati di supporto sia alla spiegazione, sia all'effetto comico sul telespettatore. Insomma, è un programma di intrattenimento al tempo stesso informativo, per cui lo ritengo veramente meritevole di essere esportato nella programmazione televisiva italiana come accadeva per lo show di David Letterman o come avviene tuttora per lo show condotto da Jimmy Fallon su Sky. Le sue caratteristiche, infine, ne fanno un prodotto interessante da descrivere e commentare in ambito traduttivo e traduttologico, avendo per l'appunto questa duplice matrice di programma informativo e comico-umoristico.

1. Lit Review

La traduzione nell'ambito di film, cortometraggi e trasmissioni televisive di qualsiasi genere è un tema che è stato via via più dibattuto a cavallo tra il ventesimo e il ventunesimo secolo. La stessa nomenclatura della disciplina è oggetto di discussione: c'è chi come Luyken preferisce parlare di *language transfer* piuttosto che di traduzione, affermando che il “trasferimento” di materiale linguistico in questo tipo di ambito è da considerarsi qualcosa di meno o qualcosa di più rispetto alla traduzione propriamente detta per vari motivi (Luyken *et al.* 1991); molti altri esperti del settore, al contrario, utilizzano proprio il termine *translation* nella dicitura completa di *Audiovisual Translation* (AVT), oppure nell'espressione *Screen Translation* e il relativo acronimo ST (Chiaro 2008), che fa immediato riferimento allo schermo (sia esso televisivo o cinematografico) e di conseguenza alla traduzione di prodotti multimediali. Infine, un altro termine usato per riferirsi alla traduzione mediante sottotitoli e voice-over o al lavoro di stesura del copione per il doppiaggio è “adattamento”.

Per ragioni di coerenza, d'ora in avanti adotterò il termine *audiovisual translation*, il suo acronimo AVT o l'equivalente in italiano più utilizzato nelle pubblicazioni accademiche e nei testi specifici del settore, ovvero traduzione audiovisiva e l'acronimo corrispondente TAV, anche se il termine traduzione multimediale è altrettanto diffuso. Ritengo che questi termini siano i più significativi per esprimere questo tipo di disciplina, che non può, a mio avviso, essere considerata qualcosa di differente dalla traduzione, pur avendo delle caratteristiche e dei limiti che non si ripresentano nelle traduzioni di altri tipi di testi innanzitutto proprio per le caratteristiche dei testi da tradurre, come si può intuire già dagli aggettivi *audiovisual*, audiovisivo e multimediale. Un altro valido motivo per parlare di *audiovisual translation*, e quindi di traduzione audiovisiva, è che questo termine sta prendendo piede in tempi recenti come termine standard per fare riferimento a questa particolare disciplina della traduzione (Díaz Cintas, Remael 2014).

1.1. La traduzione audiovisiva e i Translation Studies

A ulteriore dimostrazione che la traduzione audiovisiva non può che essere un sottoinsieme della traduzione ci viene in aiuto il fatto che gli studiosi in materia prendano spunto dai *Translation Studies* (TS), come base per lo studio e lo sviluppo delle loro teorie traduttologiche in ambito multimediale.

Il primo collegamento con i TS riguarda la classificazione dei tipi di traduzione proposta da Jakobson (1966): anche la traduzione multimediale può essere interlinguistica, ossia tra due lingue diverse, o intralinguistica, vale a dire all'interno della stessa lingua. Rientrano in quest'ultima casistica le audio-descrizioni per ipovedenti e non vedenti e i sottotitoli per ipoudenti e non udenti.

Naturalmente, tutte le nozioni definite e spiegate nel campo dei TS possono essere basi di partenza per lo studio della traduzione audiovisiva ma necessitano di ulteriori chiarimenti o specificazioni, come sottolinea il linguista francese Gambier (2008). Innanzitutto, è da rivedere il concetto di testo: la caratteristica fondamentale che accomuna questo tipo di traduzione è il fatto di operare su testi polisemici, vale a dire che comunicano informazioni attraverso canali differenti: mentre un libro stampato, sia esso un romanzo o una autobiografia, è un testo monosemico perché comunica ogni tipo di informazione in forma scritta e solitamente attraverso un unico codice (la lingua in cui il libro è scritto), un film o una trasmissione televisiva trasmettono informazioni tramite uno o più codici verbali (scritti e/o parlati), ma anche attraverso codici non verbali come le immagini, i suoni e la musica, i gesti dei personaggi. Questa importante peculiarità si ripercuote anche sul processo traduttivo, che interviene su porzioni specifiche del prodotto ma non influisce su tutti i suoi canali comunicativi: i sottotitoli, ad esempio, aggiungono un canale comunicativo che non c'è nel prodotto originale (testo scritto) andando a intaccare le scene e le immagini, ma senza modificare audio ed effetti sonori; voice-over e doppiaggio, invece, non modificano le immagini e le scene, ma intervengono sull'elemento sonoro (voci ed eventualmente musiche). In tutti i casi, si tratta di un tipo di traduzione che agisce solo parzialmente sul prodotto originale, a differenza di ciò che accade, ad esempio, nell'ambito della traduzione letteraria.

Un altro concetto da rivisitare per l'occasione è quello di autorialità: nel campo letterario ed editoriale l'autore coincide spesso con un'unica persona, anche se poi il frutto del suo lavoro passa tra le mani di revisori ed editori. Nell'analisi della traduzione audiovisiva, invece, si deve valutare che il processo di produzione del testo multimediale originale è nelle mani di numerose figure professionali, come lo sceneggiatore, il regista, gli attori, i tecnici del suono, i cameraman, proprio per la sua natura di testo polisemico. Si tratta di una caratteristica che influisce anche al momento dell'adattamento o della traduzione multimediale del prodotto tramite sottotitoli o doppiaggio e nella scelta del metodo. Per quanto riguarda il doppiaggio, ad esempio, è di grande rilevanza evidenziare, ai fini di stabilire le responsabilità della

traduzione audiovisiva, che il copione definitivo per il lavoro dei doppiatori deriva dal lavoro di più figure e di più passaggi: una traduzione pressoché letterale del copione originale e una seconda fase di adattamento che tenga conto della sincronia labiale, dei tempi e delle pause. Diverso è il caso del sottotitolaggio, in cui il traduttore deve spesso prendersi responsabilità di tipo editoriale (Luyken *et al.* 1991), nella misura in cui deve, a seconda dei casi, omettere informazioni, ridurre il numero di caratteri del sottotitolo o invece aggiungere informazioni non presenti nel prodotto originale utilizzando una delle strategie orientate al testo d'arrivo (*target-oriented*) che vedremo nel prossimo capitolo. Nella traduzione letteraria tradizionale questo tipo di intervento spesso è di competenza dell'editore: per questa ragione Luyken tende a differenziare il “trasferimento linguistico” dagli altri tipi di traduzione. Un altro studio che riflette sulla suddivisione del lavoro nella traduzione audiovisiva all'interno di un'analisi più ampia sulla qualità delle traduzioni audiovisive è di Díaz Cintas, che riflette sulle controindicazioni che la suddivisione del lavoro, anche quello del sottotitolaggio tra l'addetto allo *spotting* e l'adattatore, può provocare sulla qualità, auspicando la possibilità che per il sottotitolaggio si arrivi con sempre più frequenza ad affidare il lavoro nelle mani di una sola persona, come già avviene grazie alla digitalizzazione del processo tecnico e traduttivo (Díaz Cintas 2014).

1.1.1. Qualcosa di più, qualcosa di meno

I fattori elencati nel paragrafo precedente contribuiscono all'idea, ricorrente tra gli studiosi in materia, che la traduzione audiovisiva sia allo stesso tempo qualcosa di più e qualcosa di meno rispetto alla traduzione editoriale e letteraria. Di più nella misura in cui il traduttore o l'adattatore devono considerare gli aspetti non verbali del testo e quelle informazioni trasmesse attraverso altri canali comunicativi. Per esempio, in base alle categorie di Newmark (1981) di traduzione comunicativa e traduzione semantica, i sottotitoli hanno qualcosa in più rispetto ad altre forme di traduzione in quanto rappresentano la traduzione comunicativa per eccellenza, poiché, al momento di tradurre tramite sottotitoli, è necessario focalizzare l'attenzione sull'intenzione del parlante: più che le parole concretamente dette, c'è bisogno di trasmettere ciò che s'intende dire nell'originale e questo discorso vale ancor più che per altre forme di traduzione, viste le stringenti restrizioni che questo metodo comporta. Dire invece che la traduzione audiovisiva è qualcosa di meno rispetto alla traduzione

propriamente detta significa ribadire che non tutti gli elementi del prodotto originale vengono modificati dalla traduzione e che i già citati canali comunicativi supplementari possono permettere al traduttore di evitare di tradurre le informazioni che il fruitore può autonomamente estrapolare dal contesto audiovisivo. In questo campo possiamo includere le limitazioni che il traduttore è costretto a tenere in considerazione nel momento in cui si impegna in una traduzione audiovisiva. Tanto le tecniche di *revoicing* quanto il sottotitolaggio devono rispettare delle norme, alcune delle quali imprescindibili. Tra le principali per ogni tipo di tecnica possiamo brevemente annoverare l'adesione al labiale del testo parlato originale per quanto riguarda il doppiaggio, il rispetto dei cosiddetti *soundbites* per il voice-over e quello delle norme relative al tempo di durata, di lettura e di occupazione dello spazio per i sottotitoli, regole che, per i sottotitoli, vedremo nel dettaglio nel capitolo seguente. Regole, costrizioni e limitazioni che compromettono il trasferimento totale delle informazioni dell'originale e di conseguenza la comprensione dell'audience del testo d'arrivo. Basti sapere che il sottotitolaggio in media fornisce all'utente della lingua d'arrivo 1/3 del materiale linguistico del prodotto originale, anche se in caso di dialoghi a ritmo sostenuto si può arrivare a picchi di riduzione del 50% (Gottlieb 1997). Tali dati, tuttavia, non indicano un'effettiva perdita di informazioni rilevanti, bensì si basano sulla differenza del numero di parole tra la trascrizione dell'originale e i sottotitoli nella lingua d'arrivo: una differenza dovuta prevalentemente all'eliminazione di tratti tipici della colloquialismo e di ripetizioni. I traduttori in ambito audiovisivo, infine, non possono nemmeno avvalersi di risorse supplementari come note a piè di pagina, esplicitazioni e citazioni (Luyken *et al.* 1991).

1.2. Le nuove tecnologie

Un elemento che ha sicuramente rivoluzionato il campo della traduzione audiovisiva è il progresso tecnologico e digitale che ha portato alla produzione e alla diffusione di prodotti multimediali digitali.

Gli anni novanta del Novecento hanno così registrato il passaggio dalle tecniche analogiche per la traduzione multimediale alla tecnologia digitale, che risulta più veloce, più flessibile e più economica. La digitalizzazione concerne tutte le principali fasi della realizzazione di un prodotto multimediale (produzione di suoni e immagini, effetti speciali, trucco, riprese, distribuzione e proiezione) e, di conseguenza, della loro traduzione in altre lingue e per altri

classi di spettatori.

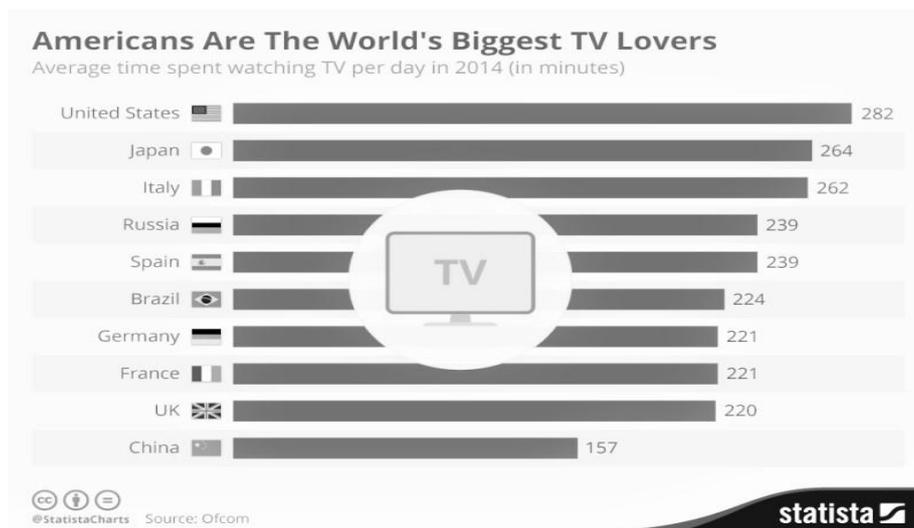
I DVD, per esempio, permettono l'inserimento di 32 diversi sottotitoli, compresi quelli speciali per ipoudenti e non udenti (Gambier 2008). Anche il doppiaggio gode di notevoli vantaggi grazie all'avvento della tecnologia digitale: questa, infatti, permette di migliorare la qualità delle voci dei doppiatori, di modificarle in funzione di determinati scopi e soprattutto di conservare la pista sonora del prodotto originale, che può essere isolata dalla pista relativa ai dialoghi in lingua originale, facilitando e velocizzando così il compito di realizzazione del prodotto doppiato.

La digitalizzazione riveste un ruolo primario anche dal punto di vista economico: la tecnologia digitale, infatti, permette un abbattimento dei costi dovuto proprio alla maggiore immediatezza del processo di produzione. Un tempo, infatti, il processo analogico di produzione dei sottotitoli prevedeva l'utilizzo di elementi chimici per il loro inserimento all'interno della pellicola cinematografica: i dati degli studi di Luyken (1991) confermano che i costi con questo procedimento erano molto più elevati.

La trasformazione digitale del terzo millennio sta avendo effetti di notevole rilevanza anche sull'industria audiovisiva: per quanto riguarda il mercato televisivo, un grande impatto lo hanno avuto lo sviluppo della televisione satellitare, del digitale terrestre, della *pay per view* (visione a pagamento di un singolo evento) e delle cosiddette *pay-tv*, dato che hanno contribuito ad aumentare in modo considerevole le ore di trasmissione e le programmazioni, spesso dedicate esclusivamente a determinati generi, come i documentari, lo sport o le serie televisive. In particolar modo, le *pay-tv* in Italia hanno incrementato il loro segmento di mercato dal 10% relativo all'anno 2003 al 33% del 2010 (Fondazione Rosselli). Di conseguenza, si è incrementata anche la necessità di traduzioni audiovisive. Infine, è ormai impensabile, al giorno d'oggi, non tenere in considerazione lo scenario del video *on-demand* e dello streaming tramite internet: così come già successo per l'industria musicale, pesantemente penalizzata dal *file sharing*, anche quella audiovisiva tradizionale si trova a dover competere con la rapida diffusione di forme alternative per la fruizione di film, trasmissioni e serie televisive, specialmente negli Stati Uniti. Netflix, Hulu, Amazon Prime e YouTube sono solo alcuni dei principali protagonisti della rivoluzione digitale, in particolar modo per quanto concerne la distribuzione. Sono definiti *content aggregator* e permettono di fruire di prodotti audiovisivi di qualsiasi genere tramite varie piattaforme, come smartphone e smart-tv, tablet e computer, contribuendo ad accrescere notevolmente il ruolo dell'audiovisivo

nel mercato dei media e del tempo libero al punto che si parla di “ubiquità dell'immagine” (“ubiquity of the image, Díaz Cintas, Remael 2014). Specialmente Netflix, un servizio che permette agli utenti di guardare film e programmi televisivi in streaming pagando un abbonamento mensile, ha messo in crisi il mercato dell'*Home Video*, soprattutto per quanto riguarda il noleggio di audiovisivi, come dimostra la messa in liquidazione di Blockbuster Italia e la crisi del marchio internazionale. La televisione tradizionale sopravvive ancora, come dimostra il grafico in figura 1: in Italia, secondo i dati raccolti dal 2008 al 2011, l'audience è cresciuta in modo significativo grazie all'apporto delle pay-tv, in particolar modo Sky (Unindustria, Camera di Commercio di Roma, La Sapienza, ICT 2012) e il 94% della popolazione continua a guardare la televisione ogni giorno (Laboratorio convergenza mediale ConMe). Gli italiani, secondo la *Global Survey* della Nielsen Company, utilizzano ancora il servizio del video on-demand in modo contenuto rispetto al resto d'Europa e del mondo, anche se sta diventando parte rilevante del consumo mediale quotidiano, non solo per la possibilità di fruire dei contenuti audiovisivi nei momenti della giornata più comodi, ma anche perché la sottoscrizione di questo servizio permette di vedere contenuti diversi in *device* diversi contemporaneamente.

Figura 1: il consumo televisivo nei principali paesi mondiali
Ofcom 2015, www.statista.com

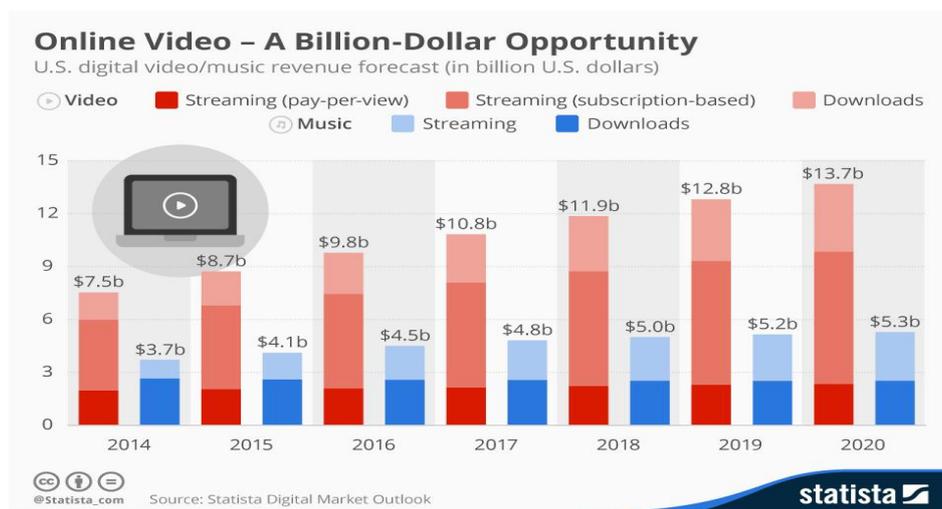


In particolare, gli italiani apprezzano molto l'opportunità di essere connessi sempre e ovunque (72%) e i supporti digitali alternativi alla tv come tablet, computer e smartphone (Nielsen Company 2015). Un fenomeno significativo del ricorso alle nuove tecnologie e a più *device*

contemporaneamente è quello della “Social Tv”, vale a dire la condivisione della propria esperienza di visione di un prodotto audiovisivo tramite i social network: specialmente i tweet su Twitter relativi alla tv e ai programmi offerti sono cresciuti in modo costante nel 2015, causando a loro volta un aumento delle reazioni, o *impressions*, all'interno del social media. Gli studiosi hanno denominato questa tendenza *second screen*: un fenomeno che contribuisce all'aumento dell'audience e può persino permettere a editori e aziende di interagire direttamente con i consumatori.

Tuttavia, è negli Stati Uniti che le nuove tecnologie per la fruizione di prodotti audiovisivi hanno inizialmente trovato terreno fertile e hanno maggiormente attecchito, come dimostrano anche le proiezioni future riguardanti il mercato dei video online (figura 2).

Figura 2: le proiezioni del fatturato dei video online negli U.S.A.
Statista Digital Market Outlook 2015, www.statista.com



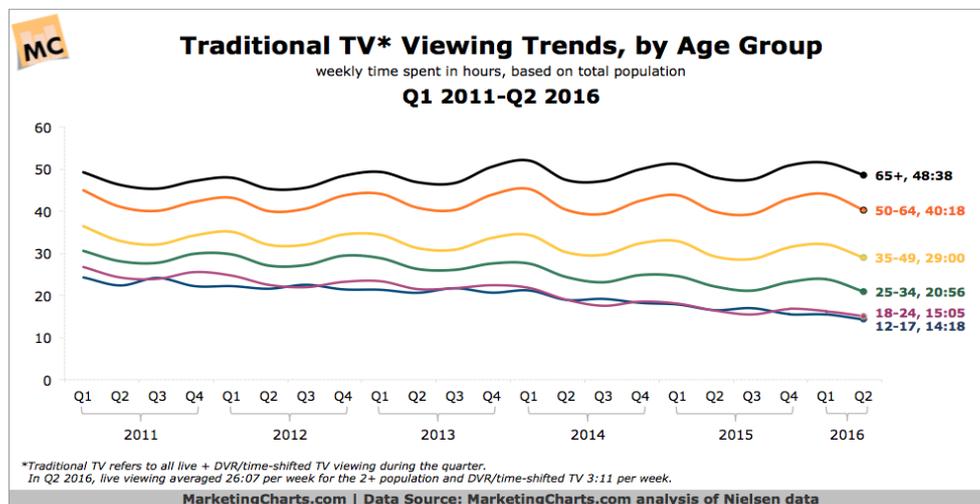
A testimonianza di questa crescita prendiamo i dati riguardanti il fatturato di Netflix: nel 2008 era di poco superiore al miliardo di dollari, mentre nel 2015 ha raggiunto quasi sette miliardi di dollari (Statista 2016). Sempre secondo il sito web Statista, infatti, il 77% delle famiglie americane ha dichiarato di aver sottoscritto un abbonamento a un servizio di video *on-demand* nel 2014.

I gruppi sociali che prediligono la fruizione della tv online sono i giovani e gli appartenenti alla classe media, specialmente per la correlazione tra questo tipo di servizio e la mobilità che consente.

Secondo i dati dei rapporti Nielsen sulle preferenze delle famiglie americane, all'aumentare

dell'età aumenta l'adesione alla televisione tradizionale (figura 3), mentre i giovani dai 18 ai 24 anni hanno diminuito la fruizione della tv tradizionale di più di 9 ore a settimana nel periodo che va dal 2011 al 2016. Ecco perché un altro mercato di sbocco molto promettente per le emittenti televisive è quello della *Mobile tv* e della *Web tv*, piattaforme che consentono la fruizione dei programmi dei vari canali televisivi esistenti quando e dove si vuole. Si può parlare di una vera e propria rivoluzione se pensiamo che fino a pochi anni fa era necessario trovarsi davanti a un televisore o in una sala cinematografica a un orario prestabilito per vedere una trasmissione televisiva o un film.

Figura 3: il consumo della televisione tradizionale negli U.S.A. per fascia d'età
Nielsen report 2016, www.marketingcharts.com



Questa rivoluzione digitale ha ovviamente delle ripercussioni anche sul mercato della traduzione audiovisiva e i risvolti in questo frangente risultano più problematici, giacché la necessità di traduzioni sempre più rapide e il ricorso al processo digitale fanno sì che il web brulichi di sottotitoli non professionali utilizzabili dagli utenti anche tramite download (in formato .srt). Rientra in questo contesto il fenomeno della traduzione amatoriale o *fansubbing*, ovvero il sottotitolaggio di prodotti audiovisivi (principalmente serie tv o generi particolari come gli anime giapponesi) da parte dei fan e per i fan (Díaz Cintas, Muñoz Sánchez 2006). Questa particolare pratica traduttiva nasce in rete dal bisogno avvertito dagli appassionati di rendere accessibili al pubblico della propria cultura e della propria lingua determinati prodotti audiovisivi non ancora tradotti o la cui traduzione è considerata insufficiente o di scarsa qualità. Questa pratica è considerata “abusiva” (Nornes 2004) dal momento che si basa sul

lavoro volontario e non retribuito dei fan, che tra le altre cose non sono traduttori professionisti né persone con una formazione in questo ambito specifico. In Italia, esistono principalmente due *community* che si dedicano ai sottotitoli amatoriali: sono Italiansubs e Subsfactory, che oltre ad avere i propri siti internet, sono molto attive nei principali social network, a dimostrazione della volontà di parlare ai fan come fan e di trattare prodotti audiovisivi più orientati verso i giovani come le tante serie televisive nate nell'ultimo decennio. È evidente che questo tipo di sottotitolaggio “abusivo” crei dei presupposti che possono determinare una richiesta minore di traduzioni professionali dato che l'utente può riuscire comunque a fruire di un prodotto audiovisivo tradotto. Inoltre, recenti studi hanno dimostrato che i *fansubber*, coloro che si occupano di sottotitolaggio amatoriale, tendono a non rispettare le norme applicate per i sottotitoli professionali (maggiore numero di caratteri per linea, colori diversi all'interno del testo, ulteriori glosse a supporto dei sottotitoli) e a preferire strategie orientate al testo e alla cultura originali (*source-oriented*). Se questo fenomeno continuasse a crescere, sarebbe necessario tenere in considerazione le sue caratteristiche in contrapposizione con il sottotitolaggio professionale e “convenzionale”. Per accennare a questo fenomeno, mi sono avvalso di una ricerca sul tema condotta da Silvia Bruti e Serenella Zanotti (2013).

Anche il fenomeno del *fansubbing* è reso possibile dal progresso tecnologico e digitale degli ultimi decenni. La tecnologia, infatti, è avanzata a tal punto che YouTube “è in grado di utilizzare la tecnologia di riconoscimento vocale per creare automaticamente i sottotitoli”, che vengono “generati da algoritmi di apprendimento automatico”, come si può leggere nel sito web del Centro Assistenza YouTube. Tali sottotitoli sono disponibili in coreano, francese, giapponese, inglese, italiano, olandese, portoghese, russo, spagnolo e tedesco. Ovviamente la qualità non è paragonabile ai sottotitoli professionali e nemmeno a quelli amatoriali dei *fansubber*, oltre al fatto che può variare da video a video, così come il tempo di elaborazione di tali sottotitoli automatici dipende dalla complessità dell'audio del video. Ciò non toglie che la loro esistenza sia un chiaro segno dell'avanzamento tecnologico e dell'obiettivo di automatizzare, quando possibile, il processo di traduzione, un ulteriore fattore che influisce sulla domanda e sull'offerta, abbattendo i costi e mettendo in crisi il mercato della traduzione professionale, che spesso non riesce a stare al passo con le nuove tecnologie perdendo terreno rispetto a una concorrenza che garantisce sì una minore qualità, ma compensa spesso con maggiore rapidità e flessibilità.

1.3. Il mercato dell'audiovisivo in Europa e Nord America

Il settore dell'audiovisivo dà lavoro a più di un milione di persone all'interno dell'Unione Europea ed è considerato un settore fondamentale in termini economici (Doyle 2012). Per questo motivo, il progetto del 1989 denominato *Television Without Frontiers* (TVWF) promuoveva la creazione di un singolo mercato comune in cui i vari stati dell'Unione Europea divenissero partner, anziché *competitor*, per fare della UE il primo grande antagonista degli Stati Uniti. Nel 2007, questo progetto è stato aggiornato e sostituito dall'*Audiovisual Media Services Directive* (AVMSD) per far fronte alle novità digitali e tecnologiche del settore e alla proliferazione dei canali televisivi europei, passati dai 47 totali del 1989 all'ordine delle migliaia secondo i dati dell'anno 2007 (Doyle 2012). Un altro programma portato avanti dall'Unione Europea è denominato *Media Programme* e annovera, tra i principali obiettivi, la salvaguardia delle diversità culturali interne all'Unione e, allo stesso tempo, il rafforzamento della competitività dell'industria audiovisiva europea a livello mondiale.

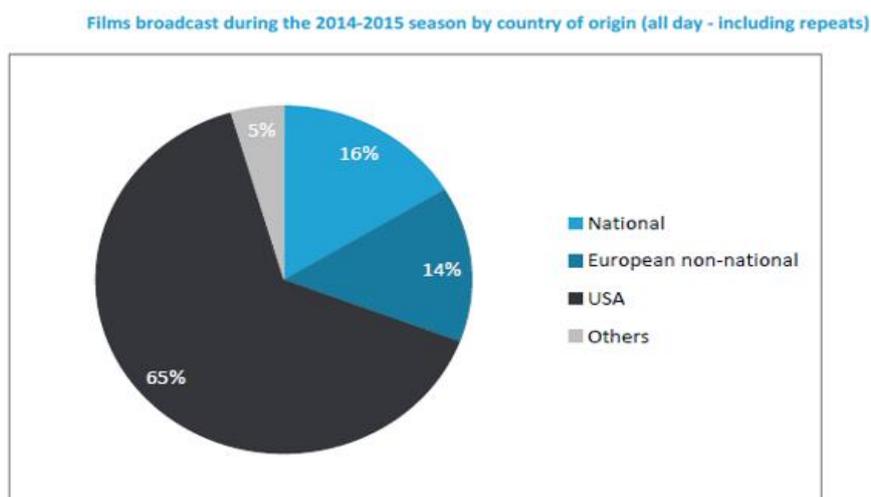
Ogni anno in Europa si registrano più di 600.000 ore di programmazione televisiva, di cui il 23% costituito da prodotti audiovisivi importati dagli Stati Uniti e il 55% da coproduzioni europee (Paolinelli, Di Fortunato 2005). Per quanto concerne le produzioni cinematografiche, i leader europei sono, nell'ordine, Francia, Spagna, Germania e Italia, secondo i dati raccolti dall'*International Trade Commission* degli Stati Uniti relativi all'anno 2011.

L'Unione Europea investe nel settore audiovisivo e culturale circa 1,4 miliardi di euro attraverso il programma “Europa creativa” e per difendere il proprio mercato da quelli extra-continentali sono state promosse, attraverso la Direttiva del 2007 già citata, delle norme sulla produzione e la distribuzione dei prodotti audiovisivi: le emittenti dei paesi della UE devono riservare almeno il 50% del tempo della propria programmazione a film e programmi europei (Doyle 2012) e l'Unione Europea è legittimata a limitare le importazioni di prodotti audiovisivi grazie all'esenzione sul libero scambio detta “eccezione culturale” (Sito web dell'Unione Europea). Tuttavia, secondo uno studio dell'*European Audiovisual Observatory* riguardante i film trasmessi in Europa nella stagione 2014/15 da 125 canali televisivi di 17 paesi dell'Unione Europea, risulta che solo il 30% dei film è stato prodotto all'interno dell'Unione e la percentuale si abbassa se si considerano esclusivamente quelli in prima serata. Di questo 30%, il 16% concerne produzioni filmiche nazionali e il restante 14%

produzioni non nazionali ma comunque interne all'UE. La maggior parte dei film trasmessi provengono dagli Stati Uniti d'America (figura 4).

Se diamo uno sguardo all'Italia, le imprese attive nel settore dell'audiovisivo sono circa 8000 e gli investimenti fissi materiali nel settore audiovisivo relativi all'anno 2008 ammontano a 655 milioni di euro (dati Istat). Gli effetti della crisi economica hanno influito anche su questo settore, che nel 2009 ha registrato una contrazione di tutti gli indicatori: fatturato, valore aggiunto, occupazione e investimenti. Per quanto riguarda le importazioni e le esportazioni (figura 5), l'Italia negli ultimi anni si conferma un importatore netto di diritti audiovisivi, mentre le esportazioni sono calate drasticamente e si concentrano quasi esclusivamente in Europa (Unindustria, Camera di Commercio di Roma, La Sapienza, ICT 2012).

Figura 4: provenienza dei film trasmessi all'interno dell'Unione Europea nel 2014/15
"Films on television: origin, age and circulation", G. Fontaine, European Audiovisual Observatory 2016



Gli effetti della crisi economica hanno influito anche su questo settore, che nel 2009 ha registrato una contrazione di tutti gli indicatori: fatturato, valore aggiunto, occupazione e investimenti. Per quanto riguarda le importazioni e le esportazioni (figura 5), l'Italia negli ultimi anni si conferma un importatore netto di diritti audiovisivi, mentre le esportazioni sono calate drasticamente e si concentrano quasi esclusivamente in Europa (Unindustria, Camera di Commercio di Roma, La Sapienza, ICT 2012).

Infine, dato che un'importante fetta dei prodotti audiovisivi del mercato europeo proviene dagli Stati Uniti, vale la pena accennare brevemente al mercato audiovisivo nordamericano. Gli Stati Uniti d'America rappresentano il 42% del settore audiovisivo mondiale (World Trade

Organization 2010) e si mantengono tra i paesi al mondo con la maggior produzione cinematografica, inferiore solo all'India e quasi 6 volte superiore a quella italiana (dati relativi all'anno 2011). A livello di incassi al botteghino, sono i leader assoluti con quasi 10 miliardi di ricavo per quanto riguarda il 2012.

Per quanto concerne la televisione, il Nord America insieme a Europa e Giappone costituisce più di $\frac{3}{4}$ dell'intera produzione televisiva mondiale. Secondo i dati dell'*International Trade Commission* presenti nella relazione annuale del 2014, dal 2007 in avanti gli Stati Uniti hanno sempre registrato un plusvalore tra le esportazioni e le importazioni di prodotti audiovisivi, il più alto dei quali nel 2012 con una differenza in positivo di ben 13,6 miliardi di dollari (figura 6). Il 61% delle esportazioni statunitensi del 2012 è stato catalizzato dall'Europa, seguita da Canada e Australia. Di contro, le importazioni maggiori di servizi audiovisivi provengono, oltre che da Brasile e Regno Unito, dai paesi di lingua spagnola del Sud America, a causa della domanda sempre crescente di una programmazione televisiva in lingua spagnola, in particolare per generi quali telenovelas e dirette di eventi sportivi.

Figura 5: Il commercio estero dei diritti audiovisivi in Italia (valori in migliaia di euro)
Unindustria, Camera di Commercio di Roma, La Sapienza, ICT 2012

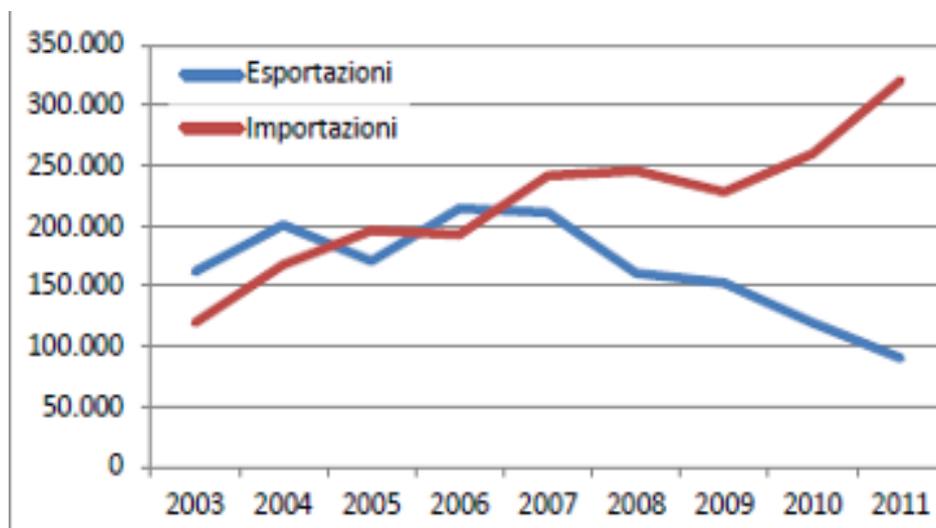
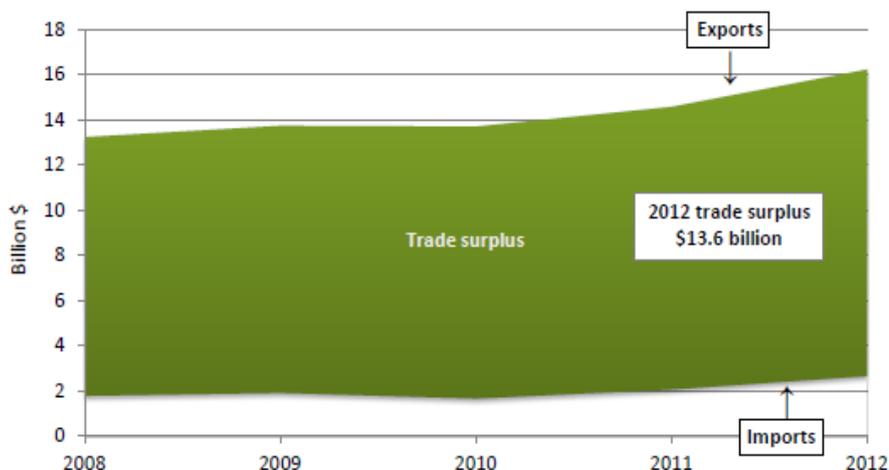


Figura 6: Le importazioni e le esportazioni statunitensi dei prodotti audiovisivi
Annual Report 2014, U.S. International Trade Commission



1.3.1. Dubbing block e subtitling block

I paesi che importano nel proprio mercato prodotti multimediali dall'estero si dividono nei cosiddetti *dubbing block* e *subtitling block* (Chiaro 2008), anche se si parla frequentemente anche di *dubbing countries* e *subtitling countries* (Pedersen 2011). Questa suddivisione si ottiene a seconda del tipo di AVT usato maggiormente da un dato paese per la diffusione e la fruizione al proprio pubblico di prodotti multimediali stranieri.

I paesi del *dubbing block* prediligono l'uso del doppiaggio per l'adattamento di un prodotto multimediale straniero, mentre gli altri preferiscono la tecnica del sottotitolaggio. Più rari i casi in cui è il voice-over il tipo di traduzione più diffuso: questo accade in alcuni paesi dell'Europa orientale come Bulgaria, Polonia e Russia, dato che si tratta di “una forma di narrazione ereditata dalla censura sovietica” (Martel 2010). Come vedremo nel prossimo paragrafo, infatti, il contesto storico e culturale è uno dei fattori che condizionano le scelte a proposito del tipo di traduzione audiovisiva maggiormente adottata da un determinato paese.

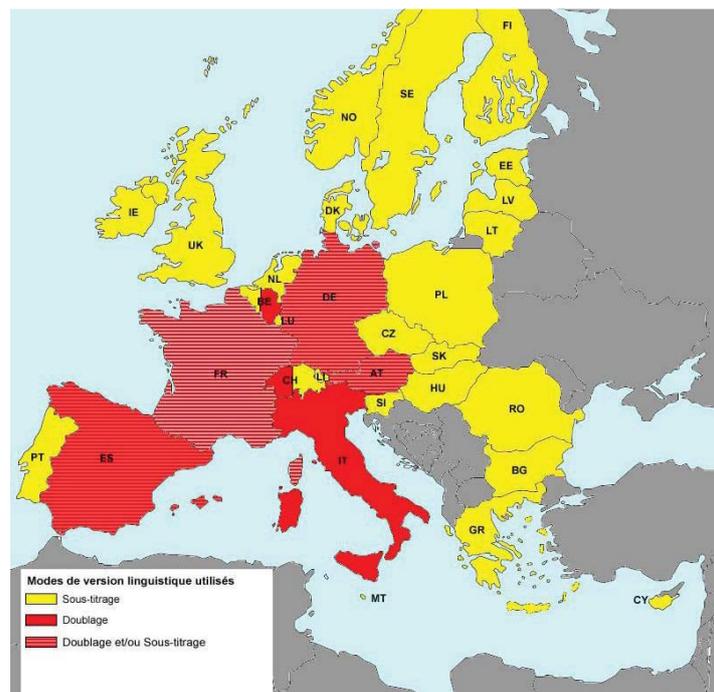
Come è possibile osservare nelle figure 7 e 8, che rappresentano rispettivamente le scelte nel mercato cinematografico e in quello televisivo dei 31 paesi che hanno partecipato al programma del Media Consulting Group, tra i paesi europei che adottano prevalentemente il sottotitolaggio registriamo i Paesi Bassi, i paesi scandinavi (Danimarca, Svezia, Norvegia, Finlandia), Portogallo, Gran Bretagna e Irlanda. Tra quelli che invece prediligono il doppiaggio annoveriamo Belgio, Francia, Italia, Austria, Germania e Spagna.

A proposito di questa suddivisione in due blocchi piuttosto distinti, occorre precisare che negli ultimi anni, in particolar modo in questo ultimo decennio di grande progresso a livello digitale e tecnologico, la situazione sta gradualmente cambiando in direzione di scelte meno nette e non più univoche per la traduzione di prodotti audiovisivi in un determinato paese, a prescindere che appartenga al *dubbing block* o al *subtitling block*. In paesi come la Spagna e l'Italia, infatti, anche i film considerati *mainstream* sono spesso offerti sia in versione doppiata che in voce originale con sottotitoli anche in televisione (Díaz Cintas 2014). Queste scelte sono dettate anche e soprattutto dalla maggiore apertura di una parte consistente del pubblico di questi paesi a fruire di prodotti audiovisivi sottotitolati, presumibilmente per ragioni di cinefilia o di apprendimento della lingua straniera.

Figura 7: Tipo di traduzione audiovisiva adottato in Europa in ambito cinematografico

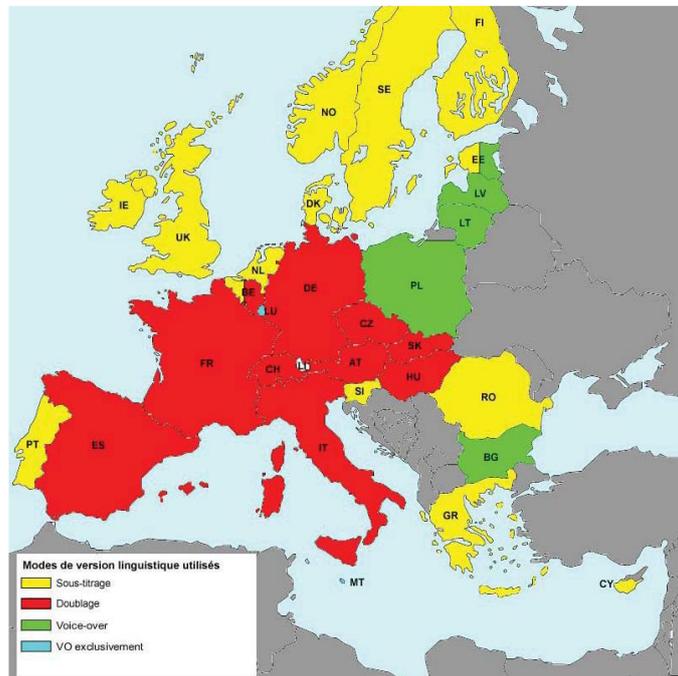
(In giallo: sottotitolaggio; in rosso: doppiaggio; tratteggiato: entrambe)

“Study on dubbing and subtitling needs and practices in the European audiovisual industry”¹



1 Media Consulting Group, 2008

*Figura 8: Tipo di traduzione audiovisiva adottato in Europa in ambito televisivo
(In giallo: sottotitolaggio; in rosso: doppiaggio; in verde: voice-over; in celeste: solo voice-over)
“Study on dubbing and subtitling needs and practices in the European audiovisual industry”²*



1.3.2. Perché doppiare, perché sottotitolare

I motivi per cui viene adottato un metodo piuttosto che un altro sono molteplici. Esistono innanzitutto delle ragioni storiche, come accennato: i paesi che, negli anni della diffusione del cinema, che ha comportato la necessità di tecniche di traduzione audiovisiva, hanno avuto regimi totalitari, solitamente hanno finito per contemplare nella loro tradizione culturale e artistica l'uso del doppiaggio. Basti pensare all'Italia, alla Germania e alla Spagna, tutte accomunate da regimi totalitari intercorsi negli anni venti, trenta e/o quaranta del Novecento, ovvero in concomitanza con la diffusione del cinema e dei primi prodotti multimediali. Fa eccezione il Portogallo, che nonostante la dittatura del governo Salazar adotta da sempre il sottotitolaggio, e la Francia, che predilige il doppiaggio nonostante non abbia mai avuto regimi dittatoriali, anche se va sottolineato come in Francia sia più forte che altrove la sensibilità verso la lingua e l'identità nazionali. Le tradizioni, portate avanti per anni, modellano le abitudini e indirizzano le preferenze dell'audience dei singoli paesi, di modo che un metodo di traduzione audiovisiva prevalga sugli altri: è quindi normale che gli italiani o i

² Media Consulting Group, 2008

francesi preferiscano il doppiaggio ai sottotitoli e che, al contrario, gli olandesi vedano più di buon grado i secondi, come testimoniano i dati raccolti da Luyken (1991).

Tuttavia, sulle preferenze del pubblico target del prodotto d'arrivo incidono anche altri fattori quali la fascia d'età, il grado d'istruzione e la conoscenza di una o più lingue straniere. Gli stessi studi di Luyken menzionati sopra rivelano che i più giovani, chi possiede un livello d'istruzione maggiore e chi afferma di conoscere una o più lingue straniere sono tutte classi di persone che si dimostrano più propense alla visione di un prodotto audiovisivo tradotto tramite sottotitoli, mentre in caso contrario si tende a preferire il doppiaggio perché può garantire una maggiore comprensione.

In un paese del *subtitling block* come i Paesi Bassi, ad esempio, il sottotitolaggio è il metodo di traduzione audiovisiva preferito dal 95% delle persone nella fascia d'età compresa tra i 15 e i 29 anni, ma si abbassa al 68% per gli over 55. Nel Regno Unito, il 54% delle persone che dichiarano di conoscere almeno una lingua straniera predilige il sottotitolaggio, mentre le percentuali sono praticamente invertite in merito alle persone che non conoscono lingue straniere, dato che il 53% preferisce prodotti audiovisivi doppiati. Vale la pena, infine, fornire un esempio anche sull'influenza del grado d'istruzione sulle preferenze: l'86% degli olandesi che dichiarano di avere un alto grado d'istruzione desidera prodotti audiovisivi sottotitolati, mentre la percentuale di preferenza si abbassa al 74% per chi dichiara di avere un grado d'istruzione basso e di conseguenza aumenta piuttosto considerevolmente l'apprezzamento verso il doppiaggio. Tutti i dati di cui mi sono servito per questi esempi sono forniti dagli studi di Luyken (1991).

Un'altra ragione determinante è quella economica: tutti i prodotti audiovisivi importati da paesi stranieri vengono sottoposti a un processo di traduzione che comporta ovviamente dei costi e la cui scelta dipende anche da considerazioni di natura economica oltre che, come detto, dalla tradizione nazionale, dalle preferenze dell'audience e dal genere testuale (come vedremo): i costi del doppiaggio, secondo gli studi di Media Consulting Group del 2007, sono 10 volte superiori rispetto a quelli del sottotitolaggio (Paolinelli, Di Fortunato 2005), anche se i costi variano molto da paese a paese: nei paesi del *dubbing block* i costi del sottotitolaggio, in proporzione, sono più alti rispetto ai paesi dove il sottotitolaggio è il metodo preferenziale, e viceversa (Pedersen 2011). Pedersen cita il caso dell'Islanda, un paese del *subtitling block* in cui i costi del doppiaggio ammontano solo al doppio di quelli del sottotitolaggio, favorendo così una varietà più spiccata rispetto ad altri *subtitling countries*. In ogni caso, i costi del

doppiaggio sono maggiori: basti pensare che il doppiaggio, oltre alla figura del traduttore/adattatore, necessita anche di doppiatori, ossia veri e propri attori che mettono a disposizione la loro voce e la loro espressività. Di conseguenza, i paesi le cui comunità sono più ristrette e che quindi sono consapevoli di poter raggiungere una audience minore tendono a prediligere il sottotitolaggio: questo discorso vale per i paesi che non possono vantare un numero di utenti superiori ai 15-20 milioni (Paolinelli, Di Fortunato 2005). Paesi con un maggior numero di abitanti e con una forte tradizione cinematografica e televisiva che garantisce una audience elevata possono invece permettersi i costi del doppiaggio e puntare sul maggior apprezzamento del pubblico per questo tipo di metodo di traduzione. Non è un caso che paesi popolosi come Germania, Francia e Italia (gli ultimi due accomunati anche da una grande tradizione autoriale cinematografica) siano i principali realizzatori di prodotti multimediali doppiati.

Un ultimo fattore rilevante nella scelta del metodo di adattamento riguarda il genere del prodotto multimediale. Commedie, film drammatici e d'azione, soap opera, serie tv e spettacoli teatrali sono generi che, se non consideriamo tutti gli altri fattori discriminanti summenzionati, si prestano maggiormente al doppiaggio per le loro caratteristiche. Solo per certi tipi di film ben rappresentativi di una determinata cultura, in cui quindi anche la lingua riveste un ruolo più preponderante, è da preferire in ogni caso il sottotitolaggio. Il sottotitolaggio è anche il metodo di traduzione audiovisiva adottato per i film d'autore (Díaz Cintas 2014) o nei film festival, come accade per esempio in occasione dello Human Rights Nights festival di Bologna (Di Giovanni 2008). I programmi educativi e informativi possono essere doppiati o adattati tramite il voice-over, a meno che l'intento educativo del programma non sia proprio quello di insegnare la lingua straniera al fruitore. Altri tipi di programmi informativi come i notiziari e i bollettini stranieri si prestano invece al sottotitolaggio, così come determinati talk show in cui può essere significativo riconoscere il conduttore o gli ospiti conservandone le voci e le peculiarità espressive. Esistono poi dei generi che non possono prescindere dall'utilizzo di uno dei metodi di traduzione multimediale: anche nei Paesi Bassi per esempio, dove l'utilizzo del sottotitolaggio è ampiamente diffuso e apprezzato, i programmi per bambini (cartoni animati, film d'animazione) vengono doppiati, per garantire la comprensione anche a coloro i quali non sanno ancora leggere o non possono stare al passo con la velocità standard di comparsa e scomparsa dei singoli sottotitoli.

A parti inverse, esistono programmi che, per caratteristiche, vengono sottotitolati anche nei

cosiddetti *dubbing countries*. In Italia, programmi di intrattenimento di stampo statunitense come il *Late Show* o il *Tonight Show* sono stati sottotitolati, come si può verificare dai palinsesti di Rai 5 e della pay-tv Sky. Altri ancora si prestano all'utilizzo del voice-over, come molti dei programmi in onda sull'emittente italiana Real Time (un esempio su tutti sono i programmi di cucina). Potete notare quindi che persino un paese come l'Italia, che ha sempre fatto del doppiaggio un fiore all'occhiello, adotti altri metodi di AVT per determinati prodotti multimediali.

Da questa riflessione sui vari fattori che subentrano nelle scelte traduttive si può facilmente intuire che il panorama è variegato e difforme e che anche se un paese predilige un metodo a un altro ciò non significa che lo adotti nella totalità dei casi o in maniera acritica. I vari fattori in gioco non sono compartimenti stagni, ma si intersecano tra loro ed entrano tutti in gioco contemporaneamente nella scelta di un metodo piuttosto che di un altro.

1.4. Il sottotitolaggio

Nel caso specifico del lavoro che mi appresto a presentare in questa sede, la tecnica di traduzione multimediale più adatta è il sottotitolaggio per i motivi che spiegherò nel prossimo capitolo. Per questa ragione mi accingo ora a descrivere le caratteristiche del sottotitolaggio e le norme che lo regolano.

Il sottotitolaggio è una delle tecniche più diffuse per la traduzione di prodotti multimediali. Esistono varie definizioni per descrivere i sottotitoli e l'arte del sottotitolaggio, ma ci sono delle peculiarità specifiche che tutti gli studiosi del settore riconoscono ed esplicitano: i sottotitoli rappresentano una traduzione condensata in forma scritta del dialogo originale che appaiono sotto forma di linee di testo, posizionate solitamente nella parte bassa dello schermo. Queste linee di testo appaiono e scompaiono in concomitanza con l'enunciazione del dialogo o del testo originale del prodotto multimediale (traduzione *mia*, Luyken *et al.* 1991).

Queste sono le caratteristiche che accomunano ogni tipo di sottotitoli, ma è bene ricordare che i sottotitoli possono essere di diverso genere a seconda della lingua adottata, del grado di condensazione delle informazioni e del tipo di informazioni veicolate: innanzitutto i sottotitoli si distinguono, come accennato nei paragrafi precedenti, in sottotitoli intralinguistici ed interlinguistici. I primi sono la rappresentazione scritta nella stessa lingua del dialogo originale. Sono particolarmente utili per i fruitori che vogliono vedere un prodotto

multimediale in lingua originale ma non ne hanno una conoscenza necessaria per una totale comprensione; i secondi invece traducono in un'altra lingua il dialogo originale. A seconda del grado di condensazione esistono poi sottotitoli ridotti che veicolano solo parole chiave o frasi semplificate (Luyken *et al.* 1991). A seconda invece del tipo di informazioni veicolate, esistono i sottotitoli per non udenti o ipoudenti che devono dare allo spettatore anche delle informazioni che i sottotitoli standard possono evitare di esplicitare, come le musiche o il tipo di musica (musica leggera, rock, pop), i rumori di fondo (telefono che squilla, qualcosa che si rompe) l'identità di chi enuncia le parole in questione (sottotitoli di diversi colori associati al protagonista e agli altri personaggi principali in base alla loro importanza all'interno della trama) e il tono usato per enunciarle (ad alta voce, con sarcasmo, con rabbia, con allegria). Una definizione quindi che possa raccogliere tutte queste categorie di sottotitoli è quella proposta da Gottlieb:

As a basis for comparison with other main types of translation, subtitling can be defined – semiotically – as (A) prepared communication using (B) written language, acting as an (C) additive and (D) synchronous semiotic channel, and as a part of a (E) transient and (F) polysemiotic text (Gottlieb 1997)

La prima caratteristica differenzia il sottotitolaggio da forme di traduzione come l'interpretazione simultanea; la seconda dalle altre forme di AVT come doppiaggio e voice-over, le quali fanno entrambe ricorso all'oralità; la terza serve sempre a distinguere i sottotitoli dal doppiaggio e dalle forme tradizionali di traduzione (letteraria, editoriale) nella misura in cui il sottotitolaggio aggiunge un canale comunicativo rispetto al prodotto originale; la quarta caratteristica evidenzia la sincronia tra l'enunciazione e i relativi sottotitoli, che appaiono all'inizio di un'enunciazione e scompaiono alla fine della stessa; la quinta caratteristica differenzia il sottotitolaggio dalla traduzione editoriale e letteraria dato che i sottotitoli scompaiono alla fine dell'enunciazione che descrivono e non possono essere letti nuovamente, il che giustifica la necessità che i sottotitoli siano il più possibile frasi finite che abbiano senso compiuto anche prese isolatamente; la sesta e ultima caratteristica si concentra sul prodotto multimediale, che è già polisemico di per sé dal momento che sfrutta più canali comunicativi per trasmettere informazioni, a differenza dei testi letterari che di consueto sono monosemici perché veicolano significati e informazioni solo tramite il testo scritto. Tramite i sottotitoli, quindi, il traduttore aggiunge, a dimostrazione della validità del terzo punto, un ulteriore

canale comunicativo, quello verbale scritto che non esiste nel prodotto originale, a un testo di per sé già dotato di almeno due canali comunicativi (testo orale e immagini).

Questo tipo di definizione risulta valida sia per i sottotitoli intralinguistici sia per quelli interlinguistici, ma per il mio lavoro i sottotitoli cui si deve tener conto sono i secondi, ovvero quelli che visualizzano in forma scritta e in un'altra lingua contenuti e informazioni di dialoghi ed enunciati in lingua originale.

1.4.1. Traduzione verticale e diagonale

Ho avuto già modo di spiegare che la peculiarità dei sottotitoli è di rappresentare o tradurre in forma scritta le informazioni che vengono trasmesse tramite il parlato di un prodotto multimediale e che questa li distingue dalle altre forme di traduzione multimediale come doppiaggio e voice-over, ma anche dalla traduzione letteraria e dall'interpretazione, gli altri due macro-tipi di comunicazione interlinguistica.

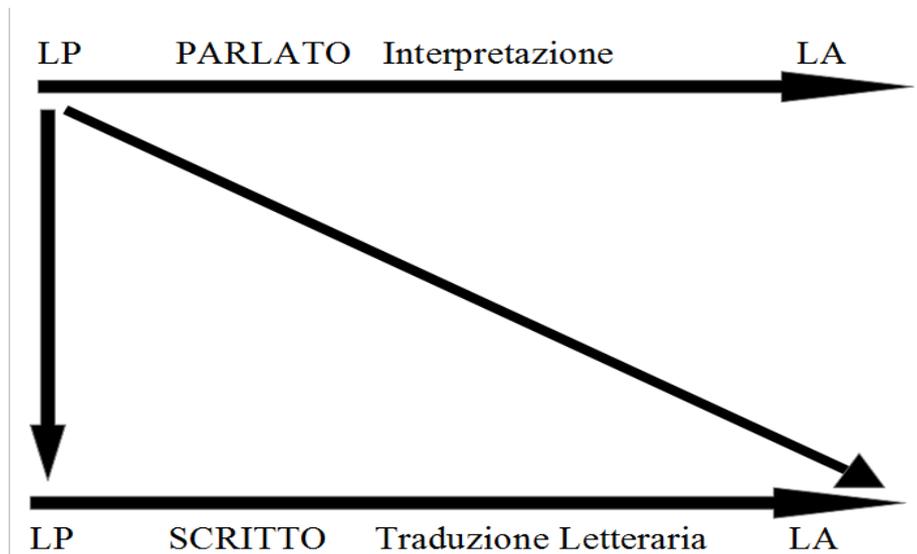
Traduzione letteraria e interpretazione sono due processi di tipo orizzontale, poiché passano in modo lineare da una lingua di partenza (LP) a una lingua d'arrivo (LA) mantenendo lo stesso canale comunicativo, rispettivamente scritto e parlato. I sottotitoli, invece, sono di tipo verticale o diagonale (Gottlieb 1997), a seconda che siano intralinguistici o interlinguistici. In entrambi i casi, comunque, cambia il canale comunicativo dal parlato allo scritto, per cui il sottotitolaggio non potrà mai essere di tipo orizzontale (figura 9).

Il passaggio dalla lingua parlata a quella scritta si porta dietro delle controindicazioni di cui il traduttore deve essere a conoscenza: innanzitutto, il dialogo tipico della lingua parlata è quasi sempre frutto di una condivisione di informazioni implicite relative alla situazione, al contesto che i parlanti stanno appunto condividendo. Questo significa una porzione di informazioni implicite che lo scritto solitamente deve rendere esplicite per un lettore sconosciuto o esterno alla situazione. Inoltre, tra parlato e scritto esistono tendenzialmente delle differenze estetiche più o meno vincolanti: la lingua parlata è più flessibile e più liquida nel distinguere ciò che è corretto da ciò che è scorretto, tra formalità e informalità.

In aggiunta alle due macro-differenze summenzionate, è necessario evidenziare ulteriori caratteristiche tipiche dell'oralità che producono problematiche da non sottovalutare nel passaggio alla lingua scritta dei sottotitoli, in particolar modo pause, “false partenze”, interiezioni, interruzioni o autocorrezioni dei parlanti, costruzioni sintattiche che nella lingua

scritta sarebbero scorrette o frasi non terminate, contraddizioni, ambiguità, sovrapposizioni di voci, dialetti, socioletti e idiosincrasie specifiche dei parlanti.

Figura 9: Il sottotitolaggio come traduzione verticale o diagonale
"Subtitles, Translation & Idioms", Gottlieb 1997 (didascalie tradotte in italiano)



1.4.2. Le fasi di produzione dei sottotitoli

Il lavoro di sottotitolaggio di un prodotto audiovisivo è solitamente ricoperto da una sola figura professionale che svolge le diverse fasi che portano alla creazione dei sottotitoli definitivi.

Queste fasi sono spiegate in maniera molto chiara nel libro *Subtitling Norms for Television* di Jan Pedersen (2011). Innanzitutto, l'agenzia di traduzione che si è presa carico del lavoro di sottotitolaggio ingaggia un sottotitolatore al quale, oggi giorno, viene consegnato un supporto digitale con il prodotto audiovisivo da tradurre. L'agenzia spesso fornisce al traduttore anche la trascrizione del dialogo originale del prodotto, anche se non sempre questa è totalmente affidabile, dato che potrebbe trattarsi di una versione precedente rispetto a ulteriori modifiche in fase di post-produzione o, al contrario, una proiezione che tiene conto di eventuali modifiche al testo originale. Qualora al sottotitolatore non venisse fornita la trascrizione, dovrà lui stesso ascoltare e trascrivere il dialogo originale, che significa anche fare un accurato lavoro di ricerca per verificare, ad esempio, lo spelling esatto di nomi propri, il senso

e l'origine di allusioni e riferimenti culturali o il significato di giochi di parole ed espressioni idiomatiche particolari. In base al genere dell'audiovisivo, il tempo da dedicare alla ricerca varia: certe trasmissioni televisive come i notiziari, i programmi di attualità o i talk show necessitano chiaramente di ricerche più approfondite e dunque più lunghe.

Le fasi successive sono quelle di traduzione vera e propria e di *spotting*. Per *spotting*, *time-coding* o *cueing* si intende l'inserimento dei tempi di entrata e di uscita di ciascun sottotitolo a seconda del tempo di enunciazione di chi parla nella scena e del numero di caratteri da inserire. Per inserire i tempi con la maggior precisione possibile, il supporto del prodotto audiovisivo consegnato al traduttore comprende anche un orologio digitale che segnala ore, minuti, secondi e frame, che corrisponde a 1/25 di secondo nella televisione europea (Ivarsson, Carroll 1998). Queste fasi possono essere svolte contemporaneamente ora che i sottotitolatori hanno la possibilità di lavorare sul proprio computer con dei software *open source* apposti come Subtitle Workshop, Subtitle Edit o Aegisub, le cui interfacce permettono di inserire rapidamente i tempi di comparsa e scomparsa e passare direttamente alla fase di inserimento del testo dei sottotitoli. Questi software, inoltre, permettono di impostare i parametri di tempo e numero di caratteri che il traduttore deve rispettare e che spiegherò nel dettaglio nel prossimo paragrafo. Così, è possibile accorgersi se una linea contiene troppi caratteri o troppi caratteri per secondo, se un sottotitolo permane sullo schermo per troppo poco tempo o troppo a lungo e se la pausa tra un sottotitolo e l'altro è troppo breve.

Per soddisfare questi requisiti, il traduttore deve successivamente compiere un'operazione di *editing*, modificando la traduzione iniziale più letterale condensando le informazioni salienti e tagliando ciò che non è necessario ai fini della comprensione. Anche questa operazione è stata ampiamente agevolata dal ricorso a software e tecniche digitali.

1.4.3. Spazio e tempo nel sottotitolaggio

Alle peculiarità dei sottotitoli e alle varie fasi di produzione descritte nel paragrafo precedente si va ad aggiungere la necessità, da parte del traduttore/adattatore, di rispettare, come accennato, delle regole piuttosto ferree per la creazione di sottotitoli che possano ricevere feedback positivi dal pubblico che ne fruisce. Il primo compito del traduttore è infatti quello di creare sottotitoli che siano sì esaustivi dal punto di vista delle informazioni primarie, ma anche leggibili e poco intrusivi. È per questo motivo che esistono regole di spazio, lunghezza

e durata che devono essere seguite.

Prima di tutto, ciascun sottotitolo può occupare al massimo i 2/3 dello spazio in larghezza e il 15% delle immagini in altezza, si posiziona solitamente nella parte bassa dello schermo e può essere composto al massimo da due linee (Díaz Cintas, Remael 2014). Il sottotitolo può apparire occasionalmente in alto quando la sua posizione naturale non consentirebbe di vedere un dettaglio importante di una scena, ad esempio una didascalia che appare sullo schermo (figura 10).

Figura 10: Il posizionamento di un sottotitolo in alto

Late Show 2013, Rai 5, www.youtube.com



Ogni linea può contenere un numero massimo di caratteri, che sono l'unità di misura per il sottotitolaggio. Per carattere s'intende ciascun risultato visibile prodotto dalla tastiera di un computer (Pedersen 2011), quindi anche gli spazi e i segni d'interpunzione (punto, virgola, due punti, lineette, puntini di sospensione, punto esclamativo, punto interrogativo). Le teorie più datate, come quella di Luyken (1991), dovendo fare i conti con il sistema analogico di inserimento dei sottotitoli, indicavano il numero massimo di caratteri inseribili in una sola linea in un intervallo che va dai 32 ai 40 caratteri per le pellicole 35 mm e dai 28 ai 38 per le videocassette (VHS). Questa teoria è stata aggiornata da altre più recenti che prendono in considerazione la digitalizzazione del processo: Pedersen (2011) indica 36 caratteri per una linea completa e di conseguenza un massimo di 72 per due linee complete, anche se esistono ulteriori fattori che possono incidere, ad esempio la necessità di utilizzare risorse più “ingombranti” quali il corsivo, le maiuscole o caratteri come 'w' o 'm'.

Per quanto riguarda la durata di apparizione di un singolo sottotitolo nello schermo, questa va

di pari passo con il numero di caratteri del sottotitolo in questione. In ogni caso, gli studi nel settore hanno evidenziato l'importanza di un tempo minimo e di un tempo massimo di esposizione: per evitare l'effetto flash (*flashing effect*) un sottotitolo, per quanto corto, deve rimanere sullo schermo per un tempo minimo di 1 ½ secondi. Per evitare invece che lo spettatore tenda automaticamente a rileggere il sottotitolo (*re-reading*), questo non può durare più di 6 secondi sullo schermo, in virtù della regola denominata appunto *6-second rule* (Luyken *et al.* 1991). Studi più recenti al riguardo, tuttavia, attestano che la durata minima di un sottotitolo può equivalere anche a 1 secondo (Perego, Taylor 2012), perché permette comunque all'occhio umano di accorgersi della presenza di un nuovo sottotitolo.

Garantire la leggibilità al fruitore significa anche riuscire a bilanciare il numero di caratteri di un sottotitolo in relazione alla sua permanenza sullo schermo: è necessario, in questo senso, tenere sempre in considerazione il numero di caratteri per secondo. Gottlieb indica un numero ideale di 12 caratteri per secondo, che collima con la proposta di Pedersen di 72 caratteri per due linee di sottotitoli e per un tempo massimo di esposizione di 6 secondi ($72/6=12$ cps).

Un altro elemento di primaria importanza per la leggibilità dei sottotitoli che possiamo includere nella fase di *spotting*, ovvero l'inserimento dei tempi di entrata e uscita di ogni singolo sottotitolo, è l'intervallo di tempo tra un sottotitolo e quello successivo. È sempre Luyken a fornirci una regola precisa da seguire: tra un sottotitolo e l'altro è necessaria una pausa di almeno ¼ di secondo (250 millesimi di secondo) per fare in modo che l'occhio umano si accorga che il sottotitolo è cambiato e possa quindi prestare nuovamente attenzione alla parte bassa dello schermo. Se i sottotitoli traducono un dialogo o un enunciato che continua nel tempo, questo intervallo di tempo è anche ideale per non creare il cosiddetto *staccato effect* (Luyken *et al.* 1991). La principale emittente pubblica olandese (NOS) a metà degli anni ottanta proponeva inoltre di anticipare di ¼ di secondo e posticipare di 1 ½ secondi al massimo i tempi di entrata e di uscita dei sottotitoli, per dare modo agli spettatori sia di sincronizzare le proprie percezioni uditive e visive, dato che le prime che vengono registrate più rapidamente delle seconde, sia di leggere interamente il sottotitolo. Tuttavia, questa raccomandazione appare onestamente di difficile realizzazione pratica considerando le restrizioni, sicuramente più vincolanti, che abbiamo descritto precedentemente.

Un'ultima considerazione sul tempo di esposizione di un sottotitolo riguarda i cambi di scena: in questi casi, per evitare l'effetto *overlapping* (Luyken *et al.* 1991) che pregiudica sia la leggibilità sia l'estetica del prodotto, è necessario che qualsiasi sottotitolo non permanga sullo

schermo durante un cambio di scena, bensì che scompaia o appaia almeno 2 fotogrammi (83 millisecondi) prima del o dopo il cambio di scena.

1.4.4. La segmentazione di due linee di sottotitoli

Come è possibile constatare dal paragrafo precedente, sono tante le restrizioni relative a tempo e spazio per la creazione di sottotitoli, al punto che Gottlieb (1997) ha parlato di “famous and infamous time-and-space constraints of subtitling”. Nel campo dei limiti imposti dallo spazio, esistono inoltre delle regole da seguire per la suddivisione dei sottotitoli più lunghi in due linee. La cosiddetta segmentazione del sottotitolo in due linee, infatti, è un altro tema caldo per i traduttori, che devono tenere in considerazione la naturale struttura sintattica della lingua verso cui traducono (Luyken *et al.* 1991). Un'analisi più dettagliata sull'argomento la fornisce Elisa Perego dell'Università di Trieste (2008), che ritiene la pratica denominata segmentazione (in inglese *line-breaks*) un aspetto fondamentale per garantire la leggibilità dei sottotitoli, affermando che un'errata segmentazione richiede allo spettatore uno sforzo maggiore per leggere e comprendere il sottotitolo. Una segmentazione errata, infatti, fa sì che l'occhio umano si focalizzi per un lasso di tempo più lungo del dovuto (¼ di secondo ca.) nel punto in cui questa si produce in maniera anomala, imprevedibile o illogica, provocando maggiori difficoltà di ricezione del messaggio verbale nonché un prolungamento del tempo di lettura che può causare persino la mancata lettura completa del sottotitolo.

Innanzitutto, è preferibile, nel limite del possibile, che se le due linee non sono della stessa lunghezza la prima sia più breve della seconda, andando così a creare una struttura a piramide o a trapezio. L'occhio umano, infatti, incontra maggiori difficoltà in termini di leggibilità se la linea inferiore è visibilmente più corta della prima, perché aumenta la distanza che deve percorrere tra la prima e la seconda linea (Díaz Cintas, Remael 2014). Inoltre, in un sottotitolo a due linee, la prima occupa una parte dello schermo più alta e quindi è preferibile limitarne la lunghezza rispetto alla seconda, che occupa la parte più bassa dell'immagine.

In ogni caso, l'aspetto da tenere maggiormente in considerazione è la suddivisione sintagmatica della frase nella lingua verso cui si traduce. Il sintagma (*phrase* nella linguistica strutturale americana) è un'unità della struttura sintattica di un enunciato costituita da uno o più elementi linearmente ordinati che hanno un comportamento sintattico unitario. A seconda del nucleo (testa del sintagma) intorno a cui è costruita l'unità sintattica, i sintagmi si

distinguono in nominale, verbale, preposizionale, ecc. La suddivisione sintagmatica è importante per individuare dove segmentare un sottotitolo perché gli elementi all'interno dei singoli sintagmi si legano tra di loro intuitivamente, naturalmente e di conseguenza una loro separazione in due linee diverse provoca più straniamento nello spettatore dato che quest'ultimo non si aspetta una tale segmentazione.

In pratica, sottotitolando verso l'italiano è quindi necessario evitare di separare a livello sintagmatico un sostantivo dal suo articolo o da un aggettivo che lo qualifica, un verbo dal suo ausiliare e le preposizioni dal resto di un sintagma preposizionale.

In figura 11, ad esempio, è possibile notare una segmentazione che non tiene conto del sintagma nominale cui è incluso anche un aggettivo ('comparata') che qualifica la testa del sintagma ('letteratura').

Figura 11: Primo esempio di segmentazione errata

Late Show 2013, Rai 5, www.youtube.com



Di conseguenza, anche la struttura piramidale viene meno. Un'alternativa senz'altro preferibile era quella di suddividere le due linee in concomitanza del sintagma preposizionale retto dalla preposizione 'di' (È un esempio / di letteratura comparata).

La segmentazione può anche rendersi necessaria a livello frasale, ovvero per suddividere in due linee diverse frasi coordinate o subordinate. In questo caso vale la regola di procedere alla segmentazione in concomitanza del primo elemento della frase coordinata o subordinata, quelli che Elisa Perego (2008) chiama *markers of subordination*, ad esempio le congiunzioni 'e', 'o' oppure il 'che' che introduce una relativa, a differenza di quanto accade per il sottotitolo in figura 12, dove l'elemento ('che'), che introduce la frase subordinata relativa, è stato lasciato

nella linea superiore.

Figura 12: Secondo esempio di segmentazione errata

The Tonight Show 2015, www.youtube.com



L'utilizzo di espressioni idiomatiche determina un'ulteriore difficoltà a livello di segmentazione: tali espressioni infatti presuppongono che il lettore vada oltre i significati letterali delle singole parole che le costituiscono, per cui è consigliabile evitare di separare i costituenti di un'espressione idiomatica in due linee diverse. La loro separazione fa sì che il lettore tenda invece a recepire i significati letterali delle singole parole prima di disambiguare il significato dell'espressione idiomatica di cui fanno parte.

La segmentazione in due linee, infine, è necessaria per distinguere gli enunciati di due differenti personaggi in un dialogo, specialmente nelle situazioni di botta e risposta. In questo caso specifico ogni linea, che rappresenta un personaggio diverso, dev'essere introdotta da una lineetta (-) seguita da uno spazio. Questo tipo di sottotitolo segmentato volutamente in due linee per distinguere due voci è stato denominato *double text* (Luyken *et al.* 1991).

1.5. Lo studio dell'umorismo

Al fine di questo lavoro, è necessario fare un excursus riguardante gli studi sull'umorismo e su come questo viene veicolato verso la lingua e la cultura d'arrivo tramite i diversi tipi di traduzione audiovisiva. Questi studi si concentrano sia sulle strategie da adottare per conservare l'effetto comico e umoristico in traduzione (Chiaro 2006), sia sulla reale percezione dell'effetto umoristico da parte del pubblico target (Antonini 2005). L'intento è

quello di far interagire gli *Humour Studies* (HS) con i *Translation Studies* al fine di approfondire la ricerca sul fenomeno dell'umorismo, della sua traduzione e della sua ricezione da parte del pubblico target. Prima ancora di entrare nel merito dell'argomento, però, occorre dare una definizione di umorismo.

[D]efiniremos humor (como elemento textual) como todo aquello que pertenece a la comunicación humana con la intención de producir una reacción de risa o sonrisa (de ser gracioso) en los destinatarios del texto. (Zabalbeascoa, in Duro 2001)

Questa definizione è utile perché si focalizza sull'intenzione dell'umorismo come elemento testuale: quella di produrre un sorriso o una risata nel destinatario del testo. Di conseguenza, ci dà già un'idea di come l'intenzione comunicativa e la funzione testuale siano concetti preponderanti rispetto all'equivalenza formale come principio fondamentale della teoria della traduzione.

Zabalbeascoa (2001), inoltre, fornisce una propria classificazione dei diversi casi di umorismo che può rivelarsi molto utile in fase di traduzione o di analisi traduttologica. Lui distingue essenzialmente sette diversi casi: definisce *chiste internacional* quello che non dipende da giochi di parole o elementi culturospecifici e che quindi, teoricamente, può essere facilmente accolto anche dal pubblico target appartenente a un'altra cultura, a differenza del *chiste cultural-institucional* e del *chiste nacional*, che si basano su elementi propri di una cultura, di una comunità o di precise congiunture politico-sociali, non ultime le differenti percezioni del concetto di umorismo nelle diverse culture (ad esempio gli stereotipi), come vedremo successivamente tramite gli altri studi sul tema e quelli sugli elementi culturospecifici. Per quanto concerne invece la forma piuttosto che il contenuto dell'elemento comico-umoristico, Zabalbeascoa distingue altre quattro categorie: *chiste lingüístico-formal*, *chiste no verbal*, *chiste para lingüístico* e *chiste complejo*. Il primo fonda il suo effetto comico su caratteristiche come la polisemia, la omonimia, la rima, assonanze, consonanze e allitterazioni e solitamente sono "internazionali" o più precisamente transculturali. Il secondo tipo non si basa su elementi linguistici, ma esclusivamente su tratti non verbali come le immagini e i suoni, così come il terzo tipo, che però unisce questi elementi non verbali ad altri verbali. Il quarto e ultimo tipo, infine, è una combinazione di due o più tipologie di battuta o di elemento umoristico, vale a dire che può prevedere sia l'utilizzo di elementi tipici di una determinata

cultura, sia figure retoriche, sia elementi non verbali. Per questa ragione, è il più complesso da tradurre in ambito audiovisivo. Riconoscere i diversi tipi di elemento comico-umoristico aiuta il traduttore ad adottare le strategie più consone per la loro resa in un'altra lingua.

Anche gli altri studi precedentemente presentati (Antonini 2005, Chiaro 2005 e 2006) propongono un termine per indicare i casi di umorismo all'interno di un testo: è quello di *Verbally Expressed Humour* (VEH) con cui si indica un costrutto linguistico creato per ottenere un effetto umoristico, come possono essere i giochi di parole (*puns* o *wordplays*), le battute (*punch lines*) o l'uso dell'ironia. Gli elementi di VEH sono considerati una delle sfide più ardue per i traduttori, a maggior ragione per i traduttori in campo audiovisivo a causa non solo delle restrizioni e dei compromessi imposti dalle tecniche di traduzione audiovisiva di cui abbiamo parlato nei paragrafi precedenti, ma anche per le caratteristiche dei prodotti audiovisivi, in cui la comunicazione passa attraverso diversi canali (voci e dialoghi, immagini, suoni e musica).

On the screen, humor is conveyed both on a verbal and visual level and consequently it relies both on images and words to fulfil its main intent: make people laugh. This is particularly true when viewers watch a sitcom where funny remarks and situations are punctuated by canned laughter: they know that something funny is going on or has just been uttered and expect to share in the laughter. (Antonini 2005)

È importante, come detto, che il traduttore riesca a produrre nel pubblico target lo stesso tipo di reazioni proprio perché alcuni generi di prodotti audiovisivi, come le serie tv o i talk show, presentano particolari caratteristiche come le risate preregistrate (*canned laughter*) o la presenza di un pubblico che reagisce in modo spontaneo alle sollecitazioni del programma, nonostante sia dimostrato che l'umorismo è un concetto soggettivo, vale a dire che la sua percezione può variare a seconda di fattori culturali o persino per ogni singolo individuo in base alla sua personalità e alle sue predilezioni (Chiaro 2005). Proprio per questo motivo, il primo compito del traduttore, cioè quello di individuare i casi di VEH per poi pensare a come tradurli, è meno scontato di quanto si possa reputare. Una volta individuati i casi di VEH, è probabile che non sia possibile utilizzare gli stessi elementi linguistici dell'esempio originale, per cui il traduttore ha due opzioni per veicolare l'umorismo che ha riconosciuto nel testo di partenza: lo può rendere con un esempio di VEH nella lingua d'arrivo, oppure è costretto a

dislocarlo in un altro punto del testo, sostituendo il caso di VEH originale con un esempio di VEH nella lingua d'arrivo in un altro contesto, secondo la tecnica della compensazione. In questo modo, il traduttore dovrebbe riuscire a ottenere lo stesso effetto e le stesse reazioni emotive da parte del pubblico target anche in mancanza di equivalenze lessicali o semantiche. In altri termini, si opera spesso per sostituzione, in linea con la *Skopostheorie* proposta da Vermeer (Vermeer, Reiss, 2014), che predilige l'adesione alla funzione del testo originale piuttosto che la ricerca dell'equivalenza formale.

Un campo di ricerca che meriterebbe ulteriore approfondimento è quello che riguarda la percezione dei casi di VEH da parte del pubblico target, in quanto risulterebbe molto utile per capire fino a che punto sia possibile trasferire l'effetto umoristico e se gli eventuali insuccessi nel raggiungere un tale obiettivo siano dovuti a un'effettiva intraducibilità oppure a una insufficiente qualità delle traduzioni. Uno studio esistente (Antonini 2005) dimostra che gli spettatori di un prodotto audiovisivo sottotitolato possono effettivamente incontrare delle difficoltà a comprendere i casi di VEH e soprattutto a cogliere il motivo che sottosta all'effetto umoristico, in parte a causa di riferimenti culturospecifici che possono avere un ruolo determinante nel gioco di parole o nella battuta in questione, in parte a causa di traduzioni di scarsa qualità. Si registrano anche casi in cui lo spettatore target fraintende gli esempi di VEH e li accoglie in base a personali reinterpretazioni di questi esempi, a testimonianza che la creatività dello spettatore può arrivare a compensare le lacune delle traduzioni audiovisive al fine di ottenere comunque la reazione emotiva prevista e desiderata.

1.6. Lo studio dei riferimenti culturali

Nel paragrafo precedente, abbiamo accennato che l'umorismo è spesso legato a doppio filo a fattori culturospecifici e che la traduzione dei casi di VEH può quindi presentare problemi di tipo interculturale prima ancora che interlinguistico: “the translation of humor is only very partially an interlingual problem, it really is, above all, an inter-cultural one” (Chiaro 2005). Per questo motivo, dopo l'analisi degli studi sulla traduzione e la percezione dell'umorismo, occorre parlare anche degli studi riguardanti il trattamento dei riferimenti culturospecifici. Uno degli studi più dettagliati al riguardo è quello di Pedersen (2011), che ha coniato il termine *Extralinguistic Cultural Reference* (ECR) per indicare un riferimento appartenente a una determinata cultura, ovvero al mondo esterno e quindi extralinguistico. Rientrano in

questa categoria i riferimenti a luoghi, persone, governo e istituzioni, professioni, istruzione, tradizioni, letteratura e cinema, valute, cibi e bevande, sport tipici di una determinata cultura. Per cultura s'intende, in questo contesto, "una particolare forma di sviluppo intellettuale, oltre alla civilizzazione, ai costumi, alle produzioni artistiche, ecc. di un popolo, in particolar modo in un determinato momento della sua storia" (Oxford English Dictionary, traduzione mia). Spesso, questi riferimenti culturali extralinguistici sono relativi alla cultura della lingua di partenza, tanto che si parla di *source culture* (SC), ma possono essere anche riferimenti condivisi da entrambe le culture in gioco, ovvero anche dalla *target culture* (TC), o relativi a una terza cultura (si parla, rispettivamente, di riferimenti interculturali e transculturali). Per questa ragione, essi possono risultare estranei e quindi incomprensibili all'audience del prodotto tradotto, a prescindere dal livello di conoscenza della lingua originale. In altri termini, richiedono una conoscenza enciclopedica ancor prima di quella linguistica. Gli ECR si distinguono a seconda del loro dominio, ma possono anche appartenere a più di un dominio: in questo frangente si definiscono riferimenti multifunzionali. Un classico esempio di riferimento multifunzionale è il ricorso al nome proprio di un personaggio letterario o cinematografico, poiché ci si riferisce sia a una persona sia a un'opera d'arte, introducendo così un'allusione intertestuale (Pedersen 2011). Per tradurre questo tipo di riferimenti, occorre individuare il dominio più rilevante nel contesto specifico, ossia quello che risulta più significativo per lo spettatore, operando quella che Eco (2003) chiamerebbe negoziazione. Un altro aspetto di assoluta importanza nella questione dei riferimenti culturali così intesi è la loro dipendenza dal contesto, dato che nella traduzione audiovisiva il contesto è ampliato dalla presenza delle immagini. Per tradurre i riferimenti culturali, Pedersen propone diverse strategie, che vedremo nel dettaglio nel prossimo capitolo dedicato all'introduzione al lavoro di traduzione che ho effettuato. Per il momento, è sufficiente ribadire che gli ECR possono essere parte integrante e decisiva all'interno dei costrutti umoristici di cui ho parlato nel paragrafo precedente, contribuendo a rendere problematica la loro traduzione.

1.7. Una questione di qualità

Nel paragrafo 1.5, ho accennato che uno dei problemi che può causare la mancata percezione di un caso di VEH da parte dello spettatore target è la qualità insufficiente della traduzione audiovisiva. Allargando le maglie di questa considerazione, si può dire che la comprensione

generale di un prodotto audiovisivo tradotto può essere messa a rischio da un livello di qualità non adeguato. Díaz Cintas (2014) ha sviluppato questo tema cercando di individuare quei fattori che possono compromettere la qualità di una traduzione audiovisiva focalizzandosi in particolar modo sul sottotitolaggio. Esistono innanzitutto aspetti lavorativi e professionali, come le date di consegna troppo vicine, il lavoro sottopagato o la mancanza di collaborazione, di organizzazione collettiva e di gruppi di discussione tra traduttori autonomi. A livello professionale, un aspetto che può pregiudicare la qualità finale di un prodotto sottotitolato è l'eventualità di dover lavorare con *master titles*, cioè sottotitoli elaborati in una lingua comune, spesso l'inglese, e utilizzati come riferimento per il sottotitolaggio nelle varie lingue di arrivo, senza tenere conto del reale prodotto originale e limitando quindi il potere decisionale del sottotitolatore, che si trova a tradurre a partire da un testo già manipolato. Infine, ai fini della mia analisi, è utile parlare anche degli aspetti tecnici che possono compromettere la qualità di una traduzione audiovisiva tramite sottotitoli. Uno di questi riguarda la pluralità di approcci da parte delle compagnie e delle agenzie di sottotitolaggio: alcune preferiscono l'allineamento dei sottotitoli sullo schermo a sinistra, oppure considerano irrilevante la struttura a piramide o trapezio dei sottotitoli a due linee (1.4.4.), o ancora accettano che si usi una lineetta solo nella seconda linea di un sottotitolo che traduce uno scambio di battute tra due personaggi. Per ovviare a questa diversità, che agli occhi del pubblico può essere considerata come un'assenza di coerenza o un indizio di superficialità nel rispetto di norme e convenzioni, è consigliabile che le compagnie di traduzione audiovisiva elaborino manuali d'uso o linee guida da rispettare.

1.8. Conclusioni

La traduzione audiovisiva è dunque un campo estremamente variegato, viste le differenti tipologie di traduzioni possibili (doppiaggio, sottotitolaggio, voice-over, audiodescrizione), nonché di grande rilevanza, se consideriamo l'importante impatto economico del mercato dell'audiovisivo in Europa, in Nord America e nel mondo, come evidenziato nel paragrafo 1.2. Ogni paese adotta il tipo di traduzione audiovisiva più indicato a seconda delle preferenze della propria audience e delle spese in rapporto ai possibili ricavi. Oltre alle differenze in termini di spesa, ogni tipo di traduzione audiovisiva presenta poi le proprie peculiarità e relative difficoltà, oltre a tempi diversi per la realizzazione delle traduzioni. Questi fattori

incidono nella scelta, ma non sono gli unici: come accennato, la scelta dipende anche dal genere del prodotto audiovisivo. Per questo motivo, nel prossimo capitolo, in cui presenterò il lavoro da me svolto, particolare attenzione verrà riservata al genere televisivo del prodotto da tradurre in quanto fattore principale che ha indirizzato la scelta del sottotitolaggio come metodo di traduzione. Alle difficoltà e alle particolarità di questo metodo, descritte nei paragrafi precedenti, si aggiungerà quindi l'analisi delle difficoltà specifiche in relazione al genere, in modo tale da avere un quadro più dettagliato e soprattutto una dimensione più pratica del lavoro che il sottotitolatore deve svolgere, delle criticità che può incontrare e delle soluzioni che può adottare in merito.

2. Introduzione al lavoro

In questo capitolo, l'obiettivo è spiegare il tipo di lavoro che ho deciso di svolgere, la scelta del prodotto audiovisivo, le caratteristiche del genere e del programma televisivo specifico e le relative criticità traduttologiche.

Il lavoro consiste nella traduzione, tramite sottotitoli, di due episodi di un programma televisivo americano denominato *Last Week Tonight with John Oliver*, di cui descriverò le caratteristiche. Prima, però, è essenziale analizzare le peculiarità del genere testuale del talk show all'americana e confrontarlo con i tentativi di importazione di questo format in Italia. Inoltre, per giustificare la scelta del metodo di traduzione, è necessario verificare i precedenti, ossia il modo in cui i talk show americani più famosi sono stati adattati per il mercato italiano e perché, oltre a cercare di definire una potenziale audience e una fascia oraria per la trasmissione del programma tradotto, anche se per quanto riguarda questi ultimi due aspetti, in ultima istanza, ho optato per parlarne nel capitolo dedicato all'analisi traduttologica degli episodi selezionati per il lavoro di sottotitolaggio.

2.1. Il talk show negli Stati Uniti e in Italia

Il talk show è un genere di prodotto audiovisivo dalle particolarità ben distinte che lo rendono diverso da paese a paese proprio in virtù dello stretto legame con la cultura in cui si eradica e di cui tratta. Anche per queste ragioni, non è facile fornire una definizione di questo genere, come ci spiega Ilie (2006):

[The talk shows] represent rapidly changing hybrid media phenomena, they display intertextuality through overlaps with other mediatized forms of talk, and they endlessly reconstruct themselves by violating and trasgressing their own discursive conventions [...] To capture its distinctive features it is essential to explore the sociocultural environment and the contextual factors that generated it and that continue to shape it (Ilie 2006)

Tuttavia, è sempre Ilie (2006) a fornirci alcuni criteri per meglio classificare i vari talk show esistenti nel panorama nordamericano, ma anche europeo. Un primo criterio riguarda gli argomenti trattati, ovvero a seconda che si dia la precedenza a news e politica, a temi di natura

sociale o al puro intrattenimento. Un secondo criterio si basa sulle categorie dei partecipanti e degli ospiti. Un terzo criterio prevede invece la classificazione a seconda dell'orario in cui viene trasmesso il programma.

Le origini del talk show, secondo Munson, risalgono ad alcune trasmissioni radiofoniche degli anni trenta del Novecento in cui si chiedeva agli ascoltatori di intervenire nelle conversazioni dei conduttori chiamando un numero telefonico (Ilie 2006). Negli Stati Uniti è un genere televisivo che ha da sempre un successo strepitoso: i pionieri sono stati Steve Allen, considerato l'ideatore del talk show così come lo conosciamo oggi, e Johnny Carson, il primo conduttore del talk show americano più longevo: il *The Tonight Show*, che ha esordito nel piccolo schermo negli anni cinquanta ed è esploso negli anni sessanta proprio sotto la conduzione di Johnny Carson. Intorno a quest'ultimo hanno gravitato, nei decenni successivi, altri importanti programmi televisivi dello stesso tipo in prima o seconda serata, come il *Late Show* già citato nei paragrafi precedenti ma anche il *Late Night* condotto da Conan O'Brien oppure il *Phil Donahue Show* condotto appunto da Phil Donahue dal 1967 al 1996 e considerato l'erede diretto dei talk show radiofonici in virtù della partecipazione attiva del pubblico (Ilie 2006). Inoltre, il talk show è un genere televisivo che incolla gli americani agli schermi anche nelle ore diurne: lo ha fatto fino al 2011 con il celeberrimo show di Oprah Winfrey e continua a farlo grazie a quello di Ellen DeGeneres, che riscuote sempre maggior successo ed è il più seguito da quando Oprah Winfrey annunciò di lasciare il piccolo schermo. Come indica il termine stesso, il talk show si basa principalmente sulla conversazione tra il conduttore e i suoi ospiti, che sono solitamente personalità importanti del mondo dello spettacolo, dell'arte, dello sport o, in misura minore, della politica. Il conduttore intervista l'ospite o gli ospiti presenti dedicandosi a temi spesso leggeri e divertenti tramite domande su aneddoti ed esperienze di vita, sul lavoro che svolgono e i progetti futuri e sulla propria vita quotidiana e familiare. Per rompere la monotonia formale, ci sono intermezzi musicali grazie alle band in studio o invitate come ospiti, oltre a gag, filmati e immagini esilaranti mostrati in diretta, così come rubriche e monologhi irriverenti da parte del conduttore. L'obiettivo principale, dunque, è prevalentemente l'intrattenimento, spesso senza secondi fini. La funzione informativa è di secondaria importanza, anche se può essere più marcata in certi talk show piuttosto che in altri.

È forse quest'ultimo aspetto ciò che più contraddistingue il talk show statunitense dai tentativi di esportazione della televisione italiana. Mentre a livello europeo il format è stato esportato

con successo come nel caso del *Graham Norton Show* trasmesso dalla BBC in Gran Bretagna, in Italia il modello più simile a quello americano è stato forse quello del *Barracuda* di Daniele Luttazzi andato in onda in seconda serata su Italia 1 nel 1999 e il cui format riprendeva abbastanza fedelmente quello del talk show notturno di stampo statunitense: il comico romagnolo iniziava spesso con un monologo irriverente sui principali temi di attualità per poi invitare in studio gli ospiti, che si sedevano su una poltrona accanto alla sua scrivania, proprio come accadeva negli studi di David Letterman o Jay Leno e accade tuttora con Colbert e Fallon. Altre analogie erano la presenza in studio di una band, la *Barracuda Combo*, e alcune rubriche simili che hanno anche provocato accuse di plagio al conduttore. Lo stesso Luttazzi, in un suo libro del 2007, ha citato il suo co-autore Davide Parenti che aveva ammesso di aver “fatto insieme *Barracuda* rubando a Letterman”, pur divergendo da queste dichiarazioni e dando una diversa versione dei fatti, come testimoniano queste righe di un articolo del Fatto Quotidiano:

Il Foglio mi accusò di “copiare il Letterman” adducendo come indizi le rubriche *Know your current events* e *Know your cuts of meats*, il lancio delle matite e la tazza di caffè, la Top ten, le battute sulla coppia Berlusconi-Rutelli uguali a quelle su Bush-Gore, le smorfie, la postura [...] Erano tanto svegli da non capire che lo facevo apposta. (Il Fatto Quotidiano, articolo del 19 maggio 2015)

Le accuse di plagio nei confronti di Luttazzi riguardano anche un altro programma simile al talk show americano, ovvero il *Satyricon*, sempre condotto da Luttazzi per pochi mesi nel 2001.

Tuttavia, la differenza tra questi due validi tentativi d'imitazione e i talk show americani è semmai di natura tematica e, appunto, di funzione testuale: Luttazzi invitava sì personaggi del mondo dello spettacolo, della televisione e della musica, ma anche esponenti politici o giornalisti che si occupavano di politica e dei suoi lati più oscuri, come testimonia una delle ultime puntate del *Satyricon* con un giovane Travaglio come ospite. In questi casi, la funzione informativa è più preponderante e, in un certo senso, questa satira politica di Luttazzi lo accomuna proprio a John Oliver, il conduttore del *Last Week Tonight with John Oliver*, oggetto del mio elaborato, di cui spiegherò le caratteristiche nel prossimo capitolo.

Un talk show più longevo in Italia, tuttavia, è il *Maurizio Costanzo Show*, andato in onda sia in prima che in seconda serata dal 1982 al 2009 e tornato su Rete 4 nel 2015 per quattro

puntate speciali. Condotta sul palcoscenico di un teatro (principalmente il Parioli di Roma), il programma ha affrontato diverse tematiche, alcune anche molto delicate come la mafia o le malattie mentali, in presenza di personaggi importanti dello spettacolo o della cultura italiana in qualità di ospiti.

Attualmente, un format che si avvicina parzialmente a quello americano è rappresentato dalla trasmissione televisiva *Che Tempo che Fa* di Fabio Fazio, in onda su Rai 3 dal 2003. In questo caso, però, a mancare è la vena ironica, satirica o di puro intrattenimento dei talk show all'americana, sia per il carattere e il temperamento del conduttore in sé, sia perché questo programma predilige piuttosto la presenza di personalità di spicco che parlino di un proprio lavoro da poco pubblicato, sia esso un libro, un album musicale, un programma televisivo o un film, o di politici che esponano i propri progetti o la propria linea ideologica: una delle puntate più recenti ha visto la partecipazione dei Coldplay e di Matteo Renzi, a dimostrazione della volontà di avere in studio artisti che abbiano un lavoro da proporre o esponenti politici per affrontare tematiche più serie. La componente comica della trasmissione viene solitamente relegata alla fine tramite la presenza dell'attrice Luciana Littizzetto, a meno che gli ospiti non siano essi stessi comici di professione. Insomma, in Italia il modello del talk show americano alla maniera di David Letterman non ha riscosso grande fortuna o ha dovuto subire modifiche contenutistiche o formali che ne garantissero una relativa longevità.

2.2. Il *Last Week Tonight with John Oliver*

Il *Last Week Tonight with John Oliver*, o semplicemente *Last Week Tonight*, è un programma televisivo che va in onda negli Stati Uniti sull'emittente a pagamento, via cavo e satellitare, Home Box Office (HBO). Ciascun episodio della trasmissione dura circa mezzora e va in onda in diretta ogni domenica alle 11 di sera (orario della costa atlantica). Nel 2016, il programma è giunto ormai alla terza stagione, dato che il debutto si è verificato il 27 aprile 2014. Il conduttore è John Oliver fin dall'esordio del programma, che è regolarmente trasmesso anche in Canada (HBO Canada), Australia (The Comedy Channel), Nuova Zelanda (SoHo), Sudafrica (M-Net), Regno Unito e Irlanda (Sky Atlantic), Belgio (PRIME Series di Telenet) e Portogallo (RTP3).

2.2.1. *Caratteristiche del programma*

Ciascun episodio del programma riprende uno dei temi principali della settimana appena trascorsa o analizza un importante argomento di attualità che catalizza l'attenzione dell'audience per un determinato periodo di tempo, come le elezioni presidenziali negli Stati Uniti o le olimpiadi. Il tema prescelto viene quindi argomentato tramite il frequente ricorso a dichiarazioni e interviste di personaggi pubblici come attori o politici, nonché tramite titoli e citazioni di articoli di giornali o riviste specializzate nella materia in questione.

Questo programma, se ci basiamo su uno dei criteri esposti nel paragrafo precedente, si pone a metà strada tra l'intrattenimento e l'informazione, rientrando in quella categoria indicata dal neologismo *infotainment*. Inoltre, il fatto che non siano sempre previsti degli ospiti e che il conduttore in questi casi operi una sorta di monologo per l'intera durata della puntata è un'ulteriore caratteristica che lo rende unico nel suo genere e di difficile classificazione. Pur basandosi, infatti, su uno humour spesso dissacrante e satirico simile a quello di celebri talk show come il *Late Show* condotto da David Letterman prima e da Stephen Colbert attualmente o il *Tonight Show* di Jimmy Fallon, che ha raccolto l'eredità di Jay Leno, esso si discosta dal talk show propriamente detto proprio perché non sempre John Oliver ha degli ospiti in studio con cui conversare. Analizzando l'elenco, consultabile sul web, di tutte le puntate trasmesse fino a oggi, è possibile verificare che nella prima stagione del *Last Week Tonight* sono stati presenti ospiti in 15 puntate delle 24 totali, nella seconda in 22 puntate su 35, mentre nella terza e ultima stagione la percentuale si è abbassata al 50%, dato che il conduttore ha avuto ospiti solo in 15 delle 30 puntate andate in onda finora (dati aggiornati a tutto il 2016). Si può quindi registrare una graduale tendenza a limitare la presenza di ospiti per centralizzare l'argomentazione sul conduttore, come dimostra il fatto che nelle ultime 10 puntate della terza stagione vi sono stati ospiti solo in 4 occasioni, forse anche a causa della par condicio in vigore per le imminenti elezioni presidenziali negli Stati Uniti. Ad ogni modo, è lo stesso Tim Carver, produttore esecutivo del programma, ad affermare di avere, insieme a John Oliver, la libertà da parte della HBO di invitare o meno degli ospiti e di scegliere chi invitare in trasmissione.

Quando John Oliver si trova da solo in studio, la mezzora di puntata è strutturata in modo tale da interrompere di tanto in tanto il monologo del conduttore tramite l'inserimento di brevi estratti video riguardanti interviste, documentari o servizi di notiziari e telegiornali. Questo

escamotage, oltre ad arricchire l'argomentazione o accentuare la vena umoristica, permette di dare maggior vivacità a un programma che altrimenti potrebbe risultare monocorde, dato che non sono previsti spot pubblicitari durante la diretta.

Ogni puntata affronta un argomento principale attorno al quale se ne possono sviluppare uno o più secondari, solitamente di stringente attualità. L'argomento principale, invece, può anche non essere pertinente all'ultima settimana trascorsa, bensì può riguardare un lasso di tempo più ampio, come le elezioni politiche, le cui campagne elettorali cominciano mesi prima delle elezioni.

Le puntate si suddividono solitamente in segmenti. Il segmento principale porta in dote l'argomento principe della serata, cioè quello che John Oliver intende analizzare in maniera più dettagliata, spesso tramite un suo monologo in cui alternare appunto argomentazione e comicità. Gli altri eventuali segmenti possono ricollegarsi al tema trattato in quello principale introducendo, ad esempio, ospiti da intervistare al riguardo. In alternativa, possono trattare altri temi riconducibili al principale per alcune caratteristiche.

L'inizio del segmento principale solitamente serve al conduttore per fare un riepilogo delle notizie principali della settimana o delle informazioni di base per l'analisi del tema primario che intende affrontare. Il tema principale viene spesso presentato tramite la prima parola, che può indicare anche un concetto strettamente collegato al tema, con cui Oliver inizia l'episodio o il segmento. Si vedano, a titolo esemplificativo, le prime parole di due puntate che hanno trattato rispettivamente le ricerche scientifiche e lo scandalo del doping:

Science, the thing we love and respect so much we only allow scientists to be portrayed by actors like Arnold Schwarzenegger, Nicholas Cage and Al Pacino (III stagione, episodio 11, 8 maggio 2016)

The Olympics, otherwise known as the biennial reminder that NBC exists (III stagione, episodio 17, 26 giugno 2016)

Si può notare che il tema principale o uno correlato vengono subito esplicitati, garantendo altresì al conduttore un espediente per introdurre un elemento di comicità. Altri modi con cui Oliver abitualmente inizia a parlare del tema principale sono tramite le espressioni “our main story tonight” o “I would like to talk you about”.

Dopo una tale introduzione *in medias res*, la parte centrale si sviluppa con l'argomentazione

accompagnata da un umorismo spesso incentrato su satira politica, ironia, iperboli, allusioni e riferimenti culturali, mentre la conclusione del segmento o della puntata spesso prevede un video preparato ad hoc, ad esempio un finto trailer o una parodia, per prendersi gioco in modo irriverente dei soggetti della sua argomentazione. John Oliver è anche famoso per aver coniato in diretta degli hashtag spesso umoristici pertinenti ai temi trattati, alcuni dei quali sono poi diventati virali sul web, soprattutto su Twitter.

Nel corso dei tre anni di attività, la trasmissione ha trattato una vasta gamma di temi, argomentati da Oliver con maestria, in modo coinvolgente e mai banale. La maggior parte dei temi è di natura politico-sociale, sia a livello nazionale che internazionale: la riforma sull'immigrazione negli Stati Uniti, il referendum sull'indipendenza della Scozia e quello della cosiddetta Brexit, le punizioni capitali, gli armamenti nucleari, i diritti degli omosessuali, le elezioni presidenziali statunitensi, la legge sull'aborto, il consumo di oppiacei, la discriminazione razziale, le condizioni delle carceri americane e la pena di morte sono solo alcuni dei temi analizzati in questi anni. A questi si collegano temi secondari, dove il conduttore dimostra di saper spaziare anche nel mondo della scienza, dello spettacolo e dello sport. Proprio questo aspetto è ciò che lo diversifica maggiormente dai talk show americani tradizionali: nel *Last Week Tonight* la funzione principale sembra essere quella informativa, dato che la maggior parte dei temi sono in realtà molto seri e delicati e di conseguenza necessitano di un'argomentazione più profonda e riflessuta. Infine, in alcuni casi si può identificare anche una funzione persuasiva: nella puntata dedicata alla Brexit, John Oliver ha esplicitamente dichiarato di essere preoccupato che il Regno Unito lasci l'Unione Europea e si è rivolto direttamente ai suoi connazionali britannici invitandoli a votare per la permanenza nell'UE. Allo stesso modo, nell'episodio dedicato a Donald Trump del febbraio 2016, Oliver si schiera senza mezzi termini contro la candidatura di Trump come primo candidato del partito repubblicano.

2.2.2. John Oliver

John Oliver è un attore e comico britannico nato a Birmingham il 23 aprile 1977 da una famiglia originaria di Liverpool. Nonostante ciò, riscontra maggior successo negli Stati Uniti. Il fatto che sia inglese e non americano gli consente anche di giocare su determinati riferimenti culturali britannici e sulle diversità di pronuncia, come accade nell'episodio

riguardante il voto del referendum per l'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea.

Prima di diventare il conduttore del *Last Week Tonight* nel 2014, ha partecipato al programma televisivo statunitense di satira *The Daily Show* condotto da Jon Stewart che va in onda su Comedy Central e parodia notiziari e programmi di approfondimento politico, e lo ha condotto per qualche mese nel 2013 mentre Stewart era alle prese con un film. Ha inoltre recitato nella sitcom statunitense *Community* nella parte del professor Ian Duncan e partecipato a varie trasmissioni radiofoniche o podcast come *The Bugle*, sempre di carattere satirico.

In patria, invece, è conosciuto soprattutto per le sue apparizioni, in veste di concorrente, al panel show *Mock the Week* trasmesso dalla BBC.

La sua comicità spiccatamente diretta e satirica ne fa un comico ideale anche per la cosiddetta *stand-up comedy*, ossia quel tipo di comicità in cui l'artista si esprime in piedi su un palcoscenico teatrale trattando tematiche politico-sociali pur partendo spesso da aneddoti o esperienze personali. Non è quindi un caso che abbia partecipato anche a una serie televisiva americana di *stand-up comedy* chiamata appunto *John Oliver's New York Stand-Up Show*.

In qualità di attore e doppiatore, ha infine dato la voce a un personaggio del film *I Puffi* e in un episodio del 2014 de *I Simpson*, mentre ha vestito i panni di un personaggio secondario del film *Love Guru* del 2008.

Le sue esperienze pregresse a livello accademico e lavorativo si sono rivelate fondamentali per la preparazione e l'interpretazione delle puntate del *Last Week Tonight*. Fin dai tempi degli studi a Cambridge, Oliver ha fatto parte della compagnia teatrale *Footlights*, gestita dagli studenti dell'università. I primi anni di *stand-up comedy* lo hanno consacrato a un umorismo di stampo satirico e iperbolico, mentre la capacità di esporre ed analizzare fatti di attualità e di rilevanza politico-sociale deriva senz'altro dalla partecipazione al *The Daily Show*, dove il contatto con notizie, resoconti e reportage erano all'ordine del giorno, anche se rivisitati in chiave parodistica.

Con il *Last Week Tonight*, John Oliver in questi ultimi anni ha la possibilità di cimentarsi in un programma tutto suo, con ampia libertà di scelta per la trattazione di temi e notizie.

2.2.3. Le reazioni di pubblico e critica

Il debutto del *Last Week Tonight with John Oliver* è stato il 27 aprile 2014 e ha registrato 1,1

milioni di telespettatori. Il riscontro della critica è stato molto positivo: il giorno successivo James Poniewozic della rivista *Time*, nella sua recensione del programma, lo ha considerato un esordio “divertente e convincente” e lo ha inserito di buon grado nella lista dei programmi da seguire con attenzione; Matthew Jacobs dell'*Huffington Post* lo ha nominato “il migliore show televisivo del 2014”, mentre molti opinionisti, come Jordan Sargent del blog *Gawker*, ora inattivo, si sono soffermati sulle similarità con il *The Daily Show* che Oliver ha condotto per un breve periodo nel 2013 sostituendo Jon Stewart con una naturalezza che già faceva presagire a un possibile show tutto suo, come sostiene ancora Poniewozic del *Time*, che insieme a Darren Frenich della rivista *Entertainment Weekly* evidenzia anche la “passione genuina” del conduttore sugli argomenti trattati.

Lo stile comunicativo e informativo di John Oliver è stato comparato addirittura al giornalismo di tipo investigativo, anche se lo stesso Oliver ha dichiarato fin da subito che il suo programma è prima di tutto comico: “It's not journalism, it's comedy – it's comedy first, and it's comedy second”, come si evince dalla intervista rilasciata al sito web *The Daily Beast* nel 2014, dopo la messa in onda di appena tre puntate.

Il successo del *Last Week Tonight* è dovuto anche al proficuo impiego dei nuovi servizi digitali e dei social network: sul canale ufficiale di YouTube è possibile trovare tutti i segmenti principali degli episodi andati in onda finora, corredati a volte dai segmenti secondari della stessa puntata, dove è possibile trovare le interviste agli ospiti, sketch comici o altre rubriche. Tuttavia, di norma su YouTube non si trovano le puntate per intero ma appunto i segmenti contenenti il tema principale, i quali vengono pubblicati anche sulla pagina Facebook della trasmissione, contribuendo ad avvicinare i giovani e le nuove generazioni. Su Facebook, infatti, la pagina è seguita da più di 2 milioni di utenti, mentre sono quasi 4 milioni e mezzo gli iscritti al canale di YouTube della trasmissione. John Oliver, come accennato, è anche molto attivo su Twitter, dove ha più di 3 milioni di followers. Questi canali digitali garantiscono filmati esclusivi o aggiornamenti anche quando lo show è in pausa o non sono più previste trasmissioni in diretta televisiva. Il programma è inoltre visibile tramite il servizio *on-demand* HBO Go. Tutti questi servizi insieme hanno permesso al *Last Week Tonight* di avere una media di più di 4 milioni di audience a settimana durante il 2014.

In questi tre anni, infine, il programma ha ricevuto numerosi riconoscimenti. Per l'esattezza 12, tra cui 4 *Emmy Awards* e un premio dalla critica televisiva come miglior talk show nel 2015.

2.3. I talk show americani e il sottotitolaggio

Come detto nel primo capitolo, il genere di un prodotto audiovisivo influisce sulla scelta del metodo da adottare per tradurlo in un'altra lingua, a prescindere dalla preferenza di base di un determinato paese e del relativo mercato. In Italia, uno dei paesi in cui il doppiaggio è il metodo di gran lunga più utilizzato nel mercato cinematografico e televisivo e la cui qualità è internazionalmente riconosciuta, esiste comunque una gamma di prodotti audiovisivi introdotti nella programmazione televisiva italiana, in chiaro o a pagamento, per cui si opta per il sottotitolaggio o il voice-over.

Un genere testuale che in Italia è spesso adattato tramite sottotitoli o voice-over è il documentario. Le programmazioni di canali del digitale terrestre italiano come Rai 5, Dmax o Focus propongono molti documentari sottotitolati o adattati tramite voice-over.

Un altro contesto d'uso dei sottotitoli nella televisione italiana è proprio quello dei talk show di origine statunitense: *The Tonight Show*, ai tempi condotto da Jay Leno, è andato in onda in lingua originale e sottotitoli in italiano fino al 2006 sul canale tematico gratuito RaiSat Extra, attualmente sostituito da Rai 5. Proprio Rai 5 ha trasmesso le puntate del *Late Show* con sottotitoli in italiano fino all'addio dello storico conduttore David Letterman nel 2015. Quello che in Italia era comunemente noto come il *David Letterman Show* è stato trasmesso dal 2009 al 2011 anche su Sky Uno, canale del pacchetto a pagamento Sky TV del gruppo Sky Italia e interamente dedicato all'intrattenimento.

2.3.1. Criticità generiche del sottotitolaggio di un talk show

Prima di passare all'analisi delle criticità traduttive specifiche del *Last Week Tonight with John Oliver* è utile fare un breve excursus sulle difficoltà generiche dinanzi a un prodotto audiovisivo come il talk show. Quando pensiamo a un talk show, il primo “Translation Crisis Point” (Pedersen 2008) che ci viene in mente è il dialogo tra gli ospiti e il conduttore. E poiché la conversazione è spesso di natura leggera, per il gusto stesso di conversare e votata all'intrattenimento, il dialogo è infarcito di battute, giochi di parole, espressioni idiomatiche, espletivi e slang colloquiale: risorse che non sempre possono essere tradotte in maniera altrettanto significativa. Inoltre, la sfera del parlato porta con sé tutto un bagaglio di interiezioni, pause e interruzioni, tentennamenti, frasi non concluse, “false partenze” e

sovrapposizioni di voci che la lingua scritta non contempla. Proprio questi tratti distintivi del linguaggio colloquiale caratterizzano la prima criticità per chi sottotitola.

Inoltre, spesso è la velocità del dialogo a creare problematiche al traduttore: la necessità di dare un tempo di lettura consono al numero di caratteri del sottotitolo si scontra con la rapidità del botta e risposta o del monologo del conduttore, specialmente se preparato e non improvvisato. La regola di suddividere due voci diverse in due linee di sottotitoli acuisce poi il problema di riuscire a condensare gli enunciati dei parlanti per rientrare nel numero di caratteri consentiti per ciascuna linea. Evitare l'effetto flash descritto nel primo capitolo e garantire comunque allo spettatore di notare la presenza di un nuovo sottotitolo inserendo una pausa di sufficiente durata tra un sottotitolo e l'altro diventano passaggi fondamentali e non così scontati come possono sembrare in apparenza.

2.4. Nel dettaglio: sottotitolare il *Last Week Tonight*

Il *Last Week Tonight* presenta degli aspetti che possono risultare problematici per l'adattamento tramite sottotitoli. Alcuni possono creare difficoltà a livello traduttologico, ossia nel campo delle strategie traduttive, delle scelte lessicali e della struttura sintattica, mentre altri interessano altri fattori come la gestione dello spazio sullo schermo, la posizione del sottotitolo e il rispetto delle regole riguardanti il numero di caratteri e il tempo di durata del sottotitolo.

2.4.1. Sottotitolare i monologhi

Come ho avuto modo di spiegare nel sottoparagrafo dedicato alle caratteristiche del programma (2.2.1.), il *Last Week Tonight* è un talk show *sui generis*. Nelle puntate in cui non è prevista la presenza di ospiti in studio, la trasmissione si discosta dal talk show tradizionale incentrandosi sul monologo del conduttore. Per monologo s'intende un "discorso continuato, soprattutto orale ma anche scritto, tenuto da una sola persona che si rivolge a sé stessa o ad altri" (Enciclopedia Treccani: online). Di questo estratto di definizione ci interessano fondamentalmente due aggettivi ai fini della nostra analisi: continuato e orale. Il fatto che un monologo sia continuato implica che il sottotitolatore debba suddividere il suo enunciato in tanti sottotitoli consecutivi separati dalla pausa minima sufficiente affinché lo spettatore si

accorga della presenza sullo schermo di un nuovo sottotitolo (1.4.3.). Per quanto riguarda l'aggettivo “orale”, ovviamente ne consegue che il monologo comprenderà tutti quei tratti tipici dell'oralità da omettere (pause, interiezioni, ripetizioni, false partenze) o da indicare graficamente (per esempio, le frasi non completate tramite i tre puntini di sospensione). Data la natura più fluida e meno regolata dal punto di vista sintattico dell'enunciazione orale, è molto probabile che il traduttore si trovi dinanzi a discorsi che coprono un periodo di tempo prolungato e, di conseguenza, un numero consecutivo di sottotitoli. È compito del traduttore cercare di dare compiutezza a ciascun sottotitolo o, se non è possibile, di proseguire un concetto realizzando frasi finite di senso compiuto nel minor numero possibile di sottotitoli. In caso contrario, lo spettatore, non potendo rileggere il testo precedente come avviene in altre forme di traduzione scritta a causa della caratteristica della transitività (1.4.), rischia seriamente di perdere il filo del discorso.

2.4.2. Didascalie, filmati e immagini

Un aspetto comune a molti talk show è l'utilizzo frequente di brevi filmati informativi o comici, immagini (figura 13) e didascalie sullo schermo, chiamate tecnicamente *captions* (Pedersen 2011), anche se il termine è ambiguo perché il suo utilizzo si registra anche per riferirsi ai sottotitoli intralinguistici per non udenti o ipoudenti.

Figura 13: Le immagini

Last Week Tonight 2016, III stagione, episodio 3, www.youtube.com



Se le immagini difficilmente creano problemi di traduzione, a meno che non contengano a loro volta delle didascalie, le altre due risorse includono presumibilmente informazioni

rilevanti da sottotitolare.

Le didascalie sono parole o frasi che appaiono sullo schermo durante un film o un programma televisivo. Nel *Last Week Tonight* se ne fa ampio ricorso durante i monologhi di John Oliver e riguardano spesso citazioni di libri o articoli di giornali e riviste, aggiornamenti di stato di personaggi famosi su Twitter o altri social network e hashtag. Nella maggior parte dei casi appaiono nel lato sinistro dello schermo, quindi non sussistono problemi di sovrapposizione con i sottotitoli, ma può anche capitare che appaiano nella parte inferiore dello schermo, imponendo così lo spostamento del sottotitolo nella parte superiore per garantire la leggibilità della didascalia se questa è rilevante ai fini della comprensione. Per spostare il sottotitolo dalla sua posizione naturale, il sottotitolatore deve quindi avere le adeguate competenze tecniche in materia di utilizzo del software di traduzione scelto.

Il problema delle didascalie è che spesso compaiono in contemporanea con il discorso del conduttore.

Figura 14: Le immagini con didascalie

Last Week Tonight 2016, III stagione, episodio 3, www.youtube.com



Se il conduttore sta leggendo ciò che è espresso dalla didascalia il problema non si pone. È il caso della figura 14, in cui John Oliver ha appena letto per intero il tweet di Donald Trump: sarà sufficiente il solo sottotitolo che traduca le parole del conduttore per tradurre anche il significato della didascalia, anche se allo spettatore che non conosce neanche parzialmente la lingua di partenza può venire il dubbio che rimanga qualcosa di non tradotto e inaccessibile.

Più complesso è il caso rappresentato dalla figura 15, perché il conduttore non riporta le esatte parole che appaiono nella didascalia: le informazioni sono le stesse ma sono espresse in

maniera diversa, con l'uso di parole differenti e differenti strutture sintattiche.

Figura 15: Didascalia non corrispondente all'enunciato
Last Week Tonight 2016, III stagione, episodio 3, www.youtube.com



Solitamente, il parlato ha la precedenza rispetto a ciò che appare come testo sullo schermo se entrambe le risorse sono presenti contemporaneamente, per cui il traduttore è tenuto innanzitutto a sottotitolare l'enunciato del conduttore. Esiste, tuttavia, la possibilità di sottotitolare entrambe le risorse grazie ad alcuni software più avanzati come Aegisub, che permette di inserire più sottotitoli con gli stessi tempi ma in posizioni diverse impostando un diverso stile. Nel caso specifico, sarebbe possibile inserire un sottotitolo, magari con un font diverso e una dimensione del carattere più piccola, nella parte sinistra dello schermo (dove vengono inserite solitamente didascalie e immagini) e in posizione leggermente superiore in modo che sia riconoscibile per lo spettatore e in maniera tale da non sovrapporsi al sottotitolo che traduce le parole del conduttore.

I filmati possono contenere interviste o dialoghi, ma anche, a loro volta, didascalie (figura 16). Se queste non sono particolarmente rilevanti o il loro significato si può estrapolare da ciò che viene detto e quindi sottotitolato, si può optare per mantenere il sottotitolo nella parte inferiore dello schermo. Se invece la didascalia è rilevante e può essere tradotta per l'assenza di voci o dialoghi, il sottotitolo deve essere spostato nella parte superiore. Nel caso specifico della figura 16, le didascalie all'interno del filmato, che pure possono dare qualche informazione utile allo spettatore per una più profonda comprensione (quanto meno il titolo del servizio che appare in sovra-impressione), compaiono in concomitanza con le parole dell'intervistatore, le quali devono essere sottotitolate.

Figura 16: Didascalie all'interno dei filmati

Last Week Tonight 2016, III stagione, episodio 3, www.youtube.com



In questo caso o si omette di tradurre le didascalie confidando nel fatto che il contesto sia chiaro e che l'intervistatore ribadisca il concetto espresso dalla didascalia, oppure si può pensare di mettere due sottotitoli in contemporanea. Quello che traduce la didascalia andrà in maiuscolo in quanto traduzione di testo sullo schermo, mentre quello che traduce l'audio apparirà normalmente in minuscolo e nella parte superiore dello schermo. Anche nel caso in cui si propenda per non tradurre la didascalia si può procedere allo spostamento del sottotitolo del dialogo in alto per motivi di leggibilità.

2.4.3. *Tratti dell'oralità, espletivi, colloquialismi e terminologia specifica*

Il *Last Week Tonight*, pur con caratteristiche proprie, è un talk show e, in quanto tale, si basa sul parlato, sia esso un dialogo o un monologo del conduttore.

Ora, è ben noto che la lingua parlata sia meno regolata dal punto di vista sintattico e grammaticale: Halliday (1989) spiega che il parlato non contempla processi di revisione perché avviene in tempo reale, mentre lo scritto è il prodotto di revisioni, miglioramenti, rifiniture. Per la realizzazione di un testo scritto si fa maggior ricorso al discorso indiretto, all'ipotassi o subordinazione, a frasi relative e alla forma passiva rispetto al testo orale, che predilige invece discorso diretto, paratassi o coordinazione, e forma attiva a causa della maggiore immediatezza e semplicità strutturale di questo tipo di risorse sintattiche (Halliday, Matthiessen 2004). Queste differenze strutturali comportano le riflessioni inerenti al

sottotitolaggio come passaggio dalla lingua parlata alla lingua scritto e già considerate nel primo capitolo (1.4.1.). Un altro tratto tipico dell'oralità da tenere in considerazione per il sottotitolaggio è l'uso dei marcatori del discorso, ovvero tutte quelle parole che servono a connettere elementi di una frase o più frasi, oppure che servono a esordire, a introdurre un nuovo discorso. John Oliver utilizza spesso *well*, *so*, *ok*, oltre a *and*, *but* e *because* anche a inizio frase per ricollegarsi a qualcosa che ha detto precedentemente. Alcuni, in fase di sottotitolaggio, possono essere omessi, soprattutto se hanno la funzione di introdurre un nuovo discorso. Un caso particolare è quello di “ok”, che in certi casi può essere conservato anche nei sottotitoli perché è una parola che anche uno spettatore che non ha conoscenza della lingua inglese può comprendere visto che è ormai comune anche in italiano. Questa strategia si può usare per fare in modo che il pubblico non si senta tradito dai sottotitolo che ha a disposizione (Díaz Cintas 2014).

Le criticità però non sono solo a livello sintattico e strutturale, ma anche linguistico. Nel suo programma, John Oliver fa ampio ricorso a parole colloquiali, informali ed espletivi. Per questi ultimi, in particolare, è necessario fare i conti anche con la censura:

Sul piano dell'accettabilità sociale, la censura del turpiloquio sembra essere ancora molto presente nei prodotti per la televisione, destinati al grande pubblico e accessibili con facilità anche ai più piccoli. Si è andata invece allentando sia nelle versioni originali che nelle traduzioni italiane dei film per il cinema [...] Anche le versioni italiane si sono avvicinate sempre più a quelle originali americane, passando negli anni da traduzioni castigate, quali *porca miseria*, *per la miseria*, *porco mondo* – proprio in *Taxi driver* – a rese più crude. *Cavolo* ben illustra la tendenza: inizialmente unico traduttore di *fuck*, ora viene quasi sempre sostituito dal suo corrispondente meno educato (Pavesi, Malinverno 2000)

In fase di traduzione, quindi, c'è da tenere conto che se è vero che l'informalità è un tratto che anche nella televisione italiana ha preso ormai piede avvicinando la lingua parlata in televisione a quella comune, i volgarismi e gli espletivi sono ancora tenuti sotto controllo, soprattutto dalla Rai, l'emittente nazionale, così come i riferimenti di natura sessuale, che restano tabù. Le omissioni o gli ammorbidimenti, infatti, colpiscono soprattutto due categorie di espletivi: quelli a sfondo sessuale appunto e quelli a sfondo religioso (Ledvinka 2011).

In questa direzione, quindi, urge una riflessione sulla traduzione di termini come *shit*, *bullshit*,

jerk off o *jizz*, solo per citare alcuni esempi da due episodi della terza stagione. Inoltre, si ripropone il tema ricorrente della traduzione di *fucking/fuckin'* molto usato dal conduttore, tenendo a mente sia che la resa con calchi come *fottuto* o anche *dannato* e *maledetto* è sconsigliabile perché riconducibile al fenomeno del “doppiaggese” (Pavesi, Malinverno 2000), sia che l'utilizzo di un termine più forte considerato più volgare potrebbe non essere accettato da un'eventuale emittente italiana. È comunque una tendenza attestata che si registri un numero minore di espressioni volgari nelle versioni tradotte rispetto a quelle originali, in parte proprio per la censura di cui sopra, in parte perché può non esistere un effettivo equivalente nella lingua di arrivo.

Sul piano linguistico e lessicale non sono soltanto le componenti umoristiche o colloquiali a creare difficoltà di traduzione, ma anche la parte argomentativa, dato che i temi analizzati si avvalgono spesso di una terminologia specifica del settore. Per terminologia s'intende “l'insieme dei termini che rappresentano un sistema concettuale di un dominio particolare”, oltre alla scienza che studia questi termini (Riediger 2012). Se prendiamo in considerazione i domini analizzati durante gli episodi dell'ultima stagione, possiamo elencare, a titolo esemplificativo, il cosiddetto *multi-level marketing* (MLM), l'abuso di oppiacei, lo sport e il doping, le campagne politiche dei candidati alla presidenza degli Stati Uniti, le riforme politiche, le ricerche scientifiche, le agenzie di rating e i *Panama papers*. È evidente che tutti questi temi abbiano un loro lessico specifico (terminologia scientifica, politica, sportiva, medica, economica) che il conduttore deve usare. Ne consegue che il traduttore deve saper compiere un attento lavoro di ricerca e documentazione per trovare i termini corrispondenti prima di poter tradurre nella lingua target.

2.4.4. Tradurre i riferimenti culturali e l'umorismo

L'aspetto che probabilmente comporta una delle maggiori difficoltà per il sottotitolatore di un programma televisivo come il *Last Week Tonight* è l'uso frequente di riferimenti e allusioni culturali non solo per la funzione informativa dell'argomentazione, ma anche all'interno di elementi di VEH con intento comico-umoristico o satirico. John Oliver fa spesso riferimento a personaggi celebri del mondo dello spettacolo, della politica e dello sport, e a film, trasmissioni ed emittenti televisive.

Le strategie per tradurre un ECR si suddividono in quelle *source-oriented*, ovvero che

prediligono l'aderenza al testo originale, e quelle *target-oriented*, che invece antepongono la comprensione del testo da parte dell'audience del prodotto tradotto, anche se alcune di queste a volte si rivelano inattuabili nel caso del *Last Week Tonight* a causa della presenza di immagini che raffigurano proprio l'elemento culturale cui si fa riferimento. Questa dicotomia è un concetto essenziale in teoria della traduzione ed è descritta con termini diversi a seconda degli studiosi e dei linguisti che hanno trattato l'argomento: Lawrence Venuti (1999) parla rispettivamente di strategie estranianti e addomesticanti, mentre Gideon Toury (1995) conia i termini “adeguatezza” e “accettabilità” (in Osimo 2004). Nel campo delle strategie *source-oriented* rientra la “conservazione” (*retention*), che consiste nell'utilizzo dello stesso riferimento culturale senza nessuna modifica, se non a livello ortografico per venire incontro alla lingua target o tramite l'utilizzo del corsivo o delle virgolette per evidenziare il riferimento nel testo del sottotitolo. Questa è la strategia più usata nel trattamento dei riferimenti culturali, poiché può permettere anche di mantenere l'effetto comico se l'ECR rientra in un'ottica di VEH. Si può parlare di “conservazione” anche nei casi in cui una battuta sia di tipo “internazionale” (*chiste internacional*), ossia non abbia al suo interno riferimenti culturali e quindi possa essere tradotta tramite un procedimento per corrispettivi nella lingua di arrivo e di equivalenza formale. Non sempre, però, si può e si deve mantenere il riferimento culturale così com'è o utilizzare le equivalenze formali, bensì può ritenersi necessaria l'aggiunta di informazioni per far comprendere allo spettatore del prodotto audiovisivo tradotto ciò di cui si parla: in questo caso si attua la strategia della “specificazione” (*specification*), aggiungendo materiale verbale che espliciti il riferimento culturale rendendolo più accessibile. Questa strategia si attiva quando è necessario esplicitare acronimi e abbreviazioni (WADA → World Anti-Doping Agency, *Last Week Tonight*, III stagione, episodio 17), aggiungere informazioni relative a un nome proprio (Lance Armstrong → il ciclista Lance Armstrong) o a un'istituzione (at Brown → at Brown University, Pedersen 2011). Tuttavia, è una strategia che ha delle controindicazioni dettate dal fatto che l'aggiunta di materiale verbale potrebbe risultare impossibile a causa delle limitazioni sul numero di caratteri di ciascun sottotitolo. In molti casi, quindi, specificare un riferimento culturale può significare omettere altre informazioni, per cui il sottotitolatore deve ponderare bene la scelta e adottare questo tipo di strategia solo quando la ritiene strettamente necessaria per la comprensione del testo.

Una terza strategia *source-oriented* è la “traduzione diretta” (*direct translation*): questa non

prevede informazioni in più o in meno, ma solo una traduzione letterale o un calco del riferimento originale. È un modo per far sentire la presenza della cultura che ha originato il prodotto audiovisivo allo spettatore target, anche se il confine tra traduzione diretta e traduzione scorretta a volte può essere molto labile (Captain of police → capitano di polizia, Pedersen 2011).

Contrapposte a queste strategie ci sono quelle *target-oriented* per dare la precedenza alla comprensione del pubblico a cui è destinato l'audiovisivo tradotto. La strategia opposta alla “conservazione” è la “omissione” (*omission*), che consiste nella totale eliminazione del riferimento culturale nel sottotitolo in quanto considerato intraducibile. Nonostante possa sembrare un'operazione superficiale, Toury la indica come una vera e propria strategia traduttiva (Pedersen 2011) e in quanto tale, è da considerarsi come la più orientata al pubblico target. È evidente che se l'ECR fa parte di un elemento di VEH, la “omissione” potrebbe provocare la scomparsa di qualsivoglia effetto comico o umoristico e quindi è una strategia che deve essere utilizzata solo in mancanza di alternative valide.

Simile alla “specificazione” per l'intenzione di favorire la comprensione, ma con procedimento contrario, ovvero dal particolare al generale, esiste la “generalizzazione” (*generalization*). Consiste nel sostituire un ECR del testo originale con un termine sovraordinato, ad esempio un iperonimo, che è definito infatti un “termine indicante un'unità lessicale di significato più generico ed esteso rispetto ad una o più altre unità lessicali” (Treccani: online). In alternativa, si può adottare una parafrasi, cioè una frase che espliciti il senso del riferimento culturale pur essendo meno specifica e, in genere, più lunga. Difficilmente con questo tipo di strategia si può ottenere un altro ECR in traduzione, anche se Pedersen ne fa un esempio: Central Park tradotto con New York, ossia un meronimo (parola che indica una parte di un tutto) tradotto con un iperonimo. Questo è un caso di “generalizzazione” di un ECR con un altro ECR. Se c'è invece una strategia che punta a tradurre un riferimento culturale considerato inaccessibile con un altro, questa è la “sostituzione” (*substitution*). La “sostituzione” può essere culturale o situazionale. Nel primo caso, il sottotitolatore individua un ECR della cultura target che possa rimpiazzare quello della cultura di partenza che considera inaccessibile per l'audience del prodotto tradotto. Il riferimento da utilizzare in traduzione può appartenere alla cultura target ma può anche essere un riferimento transculturale condiviso da entrambe le culture in gioco. Pedersen cita l'esempio della resa in lingua danese del riferimento al trio comico degli anni trenta *The Three*

Stooges, molto conosciuto negli Stati Uniti ma non in Scandinavia, con l'equivalente ufficiale danese di *Laurel and Hardy* (*Stanlio e Ollio* in Italia), un riferimento culturale condiviso sia dalla cultura di partenza sia da quella di arrivo e quindi transculturale. In alternativa, il traduttore può identificare un riferimento della cultura d'arrivo che sostituisca quello della cultura di partenza. La controindicazione di questa alternativa, più “addomesticante” dell'uso di un riferimento transculturale, è che può creare il cosiddetto *credibility gap* (Pedersen 2011), ovvero la consapevolezza del pubblico target di trovarsi dinanzi a un'anomalia dettata dal fatto che un personaggio della cultura di partenza utilizzi un ECR tipico della cultura d'arrivo. È inoltre evidente che la strategia della “sostituzione” può essere molto valida quando lo scopo del testo, o *skopos* secondo la *Skopostheorie*, è comico-umoristico (si veda il paragrafo 1.5), ma non è giustificata quando lo scopo è informativo. Ora, dato che il *Last Week Tonight* unisce i due aspetti e mira a informare tramite il ricorso all'umorismo, il sottotitolatore ha il compito di comprendere quando il riferimento culturale è essenziale ai fini dell'argomentazione e quando invece è utilizzato come VEH o, per dirla con un termine caro a Zabalbeascoa, come *chiste cultural-institucional* o *nacional*. Nel primo dei casi, la “sostituzione” è una strategia da scartare, nel secondo è invece consigliabile per cercare di mantenere l'effetto comico dell'esempio di VEH in questione. Inoltre, come accennato, in questo programma gli ECR sono spesso collegati a immagini che li rappresentano visivamente e siccome il sottotitolatore non può in alcun modo modificare il prodotto originale a livello di scene e/o immagini, la “sostituzione” non può essere presa in considerazione come strategia di traduzione in questi frangenti.

Esiste, infine, una soluzione “pronta all'uso”, vale a dire l'utilizzo di un “equivalente ufficiale”. Rientrano in questa casistica le misurazioni di peso, altezza, distanza e temperatura: in Italia, i piedi si convertono in metri, le miglia in chilometri, le libbre in chili, i fahrenheit in gradi celsius, ecc. Altri esempi di “equivalenti ufficiali” riguardano le traduzioni ormai note di personaggi di cartoni animati, libri o film: per tutti gli italiani *Donald Duck* è Paperino e *Little Red Riding Hood* è Cappuccetto Rosso. Non ci sarebbe motivo di tradurre questi ECR in altro modo.

Per concludere il discorso sui riferimenti culturali e le strategie applicabili per tradurli in un'altra lingua, ritengo interessante evidenziare la classificazione di queste strategie in base al grado di intervento che prevedono, perché questo tipo di riflessione può essere utile ai fini del sottotitolaggio, dove la libertà di intervento, *repetita iuvant*, è limitata dalle regole ferree

elencate nel primo capitolo di questo elaborato. Pedersen (2011) classifica le strategie di “conservazione”, “traduzione diretta” ed “equivalente ufficiale” tra quelle che prevedono un minimo grado d'intervento, mentre “generalizzazione”, “specificazione” e “sostituzione” necessitano di un intervento maggiore a livello di materiale verbale e di documentazione da parte del sottotitolatore. La “omissione” viene considerata una via di mezzo, in quanto non aggiunge nulla ma allo stesso tempo prevede l'intervento cosciente del traduttore, che decide di eliminare il riferimento culturale.

Le strategie che prevedono un intervento maggiore si attuano quando il traduttore ritiene che il pubblico target non possa avere accesso al riferimento culturale a livello enciclopedico (tramite la cosiddetta “conoscenza del mondo”), a livello intertestuale (tramite la conoscenza di altri testi a cui si fa riferimento) o a livello di cotesto e contesto (all'interno dello stesso testo, tramite ciò che è stato già detto o dalla presenza di risorse ausiliari come le immagini). Negli altri casi è invece preferibile adottare strategie di minimo intervento.

2.4.5. *L'anticipazione e la posticipazione dell'elemento comico*

Come gli altri talk show statunitensi, anche il *Last Week Tonight* prevede la presenza del pubblico in studio. Questo aspetto non è trascurabile per il sottotitolatore, perché ne consegue che gli elementi di comicità provochino delle reazioni da parte del pubblico, in particolar modo risate e applausi. Proprio come accade per mantenere l'effetto sorpresa o la suspense, è importante evitare che lo spettatore legga, nel sottotitolo, la battuta, la parola o l'espressione che genera comicità in anticipo o in ritardo rispetto alle reazioni udibili del pubblico. Specialmente se in ritardo, lo spettatore target può avvertire la fastidiosa sensazione di essere privato di una sensazione originale e genuina e di aver subito ciò che in gergo si definisce *spoiler*. Se è in anticipo, invece, lo spettatore non ha modo di prevedere l'elemento comico e quindi il suo effetto resta garantito, ma il successivo suono di risate e applausi può comunque risultare frustrante e renderlo più consapevole di essere dinanzi a un prodotto filtrato, non originale. Data, però, la caratteristica dei sottotitoli di essere sintetici e condensati rispetto a ciò che viene detto nell'audio del prodotto originale, è utopico pensare di riuscire sempre a far coincidere la lettura dell'elemento comico con il momento in cui questo viene enunciato nel prodotto originale.

2.4.6. *L'intraducibile: la prosodia, la mimica, gli accenti*

Per concludere la sezione relativa alle criticità traduttive dei talk show e del *Last Week Tonight*, occorre evidenziare anche quelle caratteristiche che un metodo di traduzione come il sottotitolaggio non può riuscire a trasferire in una lingua d'arrivo e per un pubblico target.

Il problema di fondo che caratterizza il sottotitolaggio per qualsiasi prodotto audiovisivo è il passaggio dal canale orale a quello scritto, come ho già avuto modo di spiegare. In questa sede è sufficiente ribadire il fatto che il traduttore debba cercare un compromesso tra l'esigenza di correttezza formale della lingua scritta e quella di rispecchiare il parlato, sia esso un dialogo preparato in precedenza come avviene nelle sceneggiature, oppure frutto di una conversazione spontanea come avviene proprio nei talk show tradizionali. Non sempre il compito è fattibile: la lingua scritta non ha gli strumenti adeguati per rappresentare certi tratti dell'oralità. Uno di questi è la prosodia, ovvero l'intonazione con cui viene detta una frase, ma anche il ritmo con cui un parlante si esprime e, di conseguenza, le pause che fa. L'intonazione è assolutamente intraducibile in forma scritta, se non con l'uso del punto interrogativo e di quello esclamativo. L'uso di quest'ultimo è comunque da limitare ai casi più evidenti di esclamazione, anche perché il rovescio della medaglia è che lo spettatore può la presenza di una esclamazione anche dalla voce originale. Per le pause, invece, si può far ricorso ai puntini di sospensione, che sono sempre tre, si inseriscono subito dopo l'ultima parola senza spazio e indicano in genere che una frase prosegue nel sottotitolo seguente.

Ci sono poi aspetti paralinguistici come la mimica, la gestualità e la prossemica, che riguardano il linguaggio non verbale e di conseguenza difficilmente possono essere tradotti. In questo caso vengono in ausilio le immagini, che permettono allo spettatore di capire l'intenzione del parlante e di vedere la sua gestualità. John Oliver, ad esempio, è un conduttore particolarmente espressivo, la cui mimica e gestualità contribuiscono all'impianto comico. Anche in questo caso, una gestualità enfatica accompagnata da un'intonazione più decisa può essere resa quasi esclusivamente tramite il punto esclamativo.

C'è infine un ultimo aspetto da tenere in considerazione: John Oliver non è statunitense ma inglese e il suo accento britannico si sente. Questo ovviamente non è un problema, se non nel momento in cui il suo accento diventa il tema di una battuta o di una riflessione. Esiste, per esempio, una puntata in cui Oliver, per prendersi gioco di un dirigente francese della FIFA, imita l'accento francese e proprio in questo risiede l'elemento comico di quell'intervento

(“FIFA”, stagione 1, episodio 6). In questi casi specifici, il traduttore non ha modo di evidenziare le particolarità dell'accento e il fatto che il conduttore le sta enfatizzando. Teoricamente, può solo esplicitare con una parafrasi il fatto che Oliver stia parlando con il suo accento naturale o che ne stia usando uno inusuale. Molto più probabilmente, deve invece affidarsi nel grado di conoscenza linguistica o enciclopedica dello spettatore target, confidando nel fatto che riesca ad avvertire la differenza dell'accento e che questo sia usato volontariamente per conferire un effetto comico. Ho parlato anche di conoscenza enciclopedica perché se lo spettatore sa che il conduttore è inglese può probabilmente dedurre anche che parlerà con un accento inglese e non americano, così come uno spettatore target europeo, come nel nostro caso, può intuire che il conduttore stia parlando con un accento francese o tedesco o italiano. In alternativa, una strategia molto azzardata potrebbe essere quella di rappresentare graficamente, tramite un'ortografia atipica o scorretta, certe caratteristiche di un determinato accento, ma lo spettatore potrebbe considerare errori le parole scritte in modo scorretto, anche se inserite tra virgolette o in corsivo, e questo provocherebbe feedback negativi riguardo alla traduzione.

2.5. Conclusioni

La scelta del metodo di traduzione audiovisiva è strettamente collegata al genere del prodotto audiovisivo da tradurre e il talk show all'americana in questo senso si è prestato al sottotitolaggio anche in un paese che ha sempre prediletto il doppiaggio come l'Italia, come dimostrano gli esempi del *Late Show* e del *Tonight Show*. Una volta individuato il tipo di traduzione audiovisiva, si è resa necessaria un'analisi più dettagliata delle caratteristiche del genere del talk show e, più nello specifico, di quelle di un talk show particolare come il *Last Week Tonight*, in cui il conduttore, John Oliver, in dei segmenti di ciascun episodio o per tutta la sua durata espone gli argomenti e intrattiene il pubblico in studio e da casa in assenza di ospiti. Particolari motivi di difficoltà in un prodotto del genere sono il ricorso a battute, giochi di parole, allusioni e riferimenti culturali, di cui ho fornito alcune valide strategie per la loro resa.

Nel prossimo capitolo, le strategie proposte e tutte le norme e le indicazioni per il sottotitolaggio descritte nel primo capitolo verranno messe in pratica nel lavoro di sottotitolaggio dei segmenti di due episodi accuratamente scelti per cercare di rappresentare

tutte le sfaccettature di un programma televisivo variegato come il *Last Week Tonight*.

3. Sottotitolaggio degli episodi selezionati

Veniamo ora alla fase pratica del lavoro svolto. Già nel capitolo precedente ho avuto modo di passare a un livello di analisi più particolare e dettagliato, andando a descrivere le caratteristiche del *Last Week Tonight with John Oliver* e le sue problematiche per il lavoro di sottotitolaggio, ma in questa fase è tempo di esporre gli episodi del programma selezionati per il lavoro di traduzione e il loro argomento, presentando il contesto storico e sociopolitico in cui sono stati trasmessi, nonostante siano entrambi relativamente molto recenti. Oltre a queste doverose introduzioni, per ciascun episodio seguirà l'elenco completo dei sottotitoli definitivi con il relativo time-code e la trascrizione in lingua originale del dialogo o della voce. Infine, per ogni episodio verrà svolta un'analisi traduttologica che tenga conto delle maggiori difficoltà incontrate durante la traduzione e delle strategie o delle tecniche utilizzate per la soluzione di tali difficoltà, in modo tale da fornire al lettore di questo elaborato degli esempi concreti dell'uso pratico delle strategie descritte nel capitolo precedente.

3.1. Dalla teoria alla pratica

In ogni tipologia di lavoro, il passaggio dalla teoria alla pratica non è mai così fluido o automatico come si potrebbe immaginare. Se è vero, infatti, che in una disciplina come il sottotitolaggio le regole non sono il frutto di meri assunti teorici ma derivano dall'esperienza pratica dei sottotitolatori e degli studiosi del campo della traduzione, è altrettanto vero che il traduttore si imbatte comunque in alcuni casi limite in cui le norme si scontrano con le necessità pratiche o in cui si è costretti, come si suol dire, a scegliere “il minore dei mali”. A questo proposito, ritengo che ci siano regole più ferree e altre che possono essere, all'occorrenza, aggirate o messe in disparte per il rispetto di una norma più stringente, come può essere quella del tempo massimo di un singolo sottotitolo o il rispetto del numero massimo di caratteri.

Un caso che è necessario anticipare subito in questa fase riguarda la norma sulla pausa tra un sottotitolo e l'altro. Nel capitolo dedicato, ho spiegato che la pausa minima è di $\frac{1}{4}$ di secondo, pari a 0,25 secondi. Nel momento in cui mi sono trovato dinanzi al prodotto audiovisivo, ho capito che sarebbe stato indispensabile abbassare a 0,20 secondi la pausa minima, in modo da garantire sempre i giusti tempi di entrata e di uscita all'interno di un prodotto che fa del

monologo del conduttore, preparato a priori e quindi veloce e intenso, un punto cardine all'interno del singolo episodio. Il tempo di 0,20 secondi è comunque una pausa accettata nel mondo del sottotitolaggio, tanto che è anche la pausa minima standard che i docenti adottano nel corso di Traduzione Multimediale del curriculum di Traduzione Specializzata dell'Università di Bologna.

Un altro caso che vale la pena accennare, relativamente ai due episodi selezionati, riguarda la durata minima dei sottotitoli sullo schermo. In linea di massima, la tendenza è stata quella di adottare una durata minima di 1 ½ secondi, rispettando quindi la regola proposta da Luyken (1991). Non sempre, però, è stato possibile ed è stato necessario ricorrere alle proposte relative ad altri studi, peraltro più recenti (Perego 2012; Di Sabato, Perri 2014), che approvano la diminuzione della durata minima di esposizione a 1 secondo.

Anche il numero massimo di caratteri per ciascuna linea di sottotitoli può essere oggetto di riflessione, in quanto Pedersen, come detto, indica un numero massimo di 36 caratteri per linea, mentre uno studio ancora più recente (Di Sabato, Perri 2014) propone un intervallo che va dai 35 ai 39 caratteri per linea. Anche in questo caso ho optato, in ultima analisi, per il numero massimo di caratteri utilizzato come riferimento nel corso di Traduzione Multimediale del curriculum di Traduzione Specializzata dell'Università di Bologna, ovvero 37 caratteri e, di conseguenza, un massimo di 74 caratteri per due linee complete di sottotitoli e per un tempo massimo di permanenza sullo schermo pari a 6 secondi. Nei sottotitoli prodotti nell'economia di questo elaborato, di conseguenza, nessuna linea supera il limite di 37 caratteri. Un dato statistico interessante che è diretta conseguenza del limite dei caratteri per linea riguarda la riduzione del numero di parole nel confronto tra trascrizione originale e sottotitoli in italiano: nello spazio dedicato al sottotitolaggio di ciascun episodio indicherò in percentuale a quanto corrisponde la riduzione del materiale linguistico tra testo originale e testo dei sottotitoli in italiano per verificare se il lavoro si conforma alla statistica secondo cui la riduzione è di almeno 1/3 del materiale linguistico originale (Gottlieb 1997).

La gestione dello spazio occupato dai sottotitoli e la loro segmentazione sono ulteriori casi in cui urge trovare un compromesso tra il sottotitolo ideale e l'effettivo contesto pratico. Partendo dal presupposto che una disposizione a piramide o a trapezio è sempre preferibile per le ragioni già descritte, possono verificarsi situazioni in cui ciò non è effettuabile o perché il numero di caratteri della linea inferiore sarebbe troppo alto o perché si incorrerebbe in una segmentazione anomala o illogica.

Veniamo, infine, al caso più delicato e forse più determinante ai fini del prodotto conclusivo e dei feedback dei fruitori, ovvero il rispetto dei caratteri per secondo. Come abbiamo visto nel capitolo 1, se si considera un massimo di 72-74 caratteri per due linee complete di sottotitoli e dunque un tempo di permanenza massimo di 6 secondi, ecco che abbiamo un numero massimo di caratteri per secondo pari a 12. Tuttavia, in un numero limitato di casi, rispettare rigidamente il numero massimo di caratteri per secondo si è rivelato impossibile, un po' per la velocità dell'enunciato in certi frangenti, un po' per le caratteristiche del filmato, ad esempio i cambi di scena rapidi che obbligano a far dissolvere il sottotitolo in tempi più brevi del consueto. Ci sono poi casi in cui, invece, i caratteri per secondo rischiano paradossalmente di essere troppo pochi, inducendo il lettore a rileggere il sottotitolo. Sono ovviamente casi molto più rari e di conseguenza gli studi al riguardo non si soffermano neanche a catalogare questo tipo di problematica se non accennando al fenomeno del *re-reading*. La soluzione comunque è a portata di mano: basta trovare sinonimi più lunghi o mantenere un tratto tipico dell'oralità traducendo, ad esempio, i marcatori del discorso o esplicitando eventuali ripetizioni per aggiungere quei caratteri in più che consentono al lettore di leggere interamente il sottotitolo entro i tempi senza però che sia tentato di rileggerlo di nuovo. I casi specifici riguardanti i caratteri per secondo, così come i dati relativi agli altri casi elencati in questo paragrafo, li analizzeremo nelle sezioni dedicate all'analisi traduttologica di ciascun episodio selezionato, in modo da chiarire le motivazioni che stanno alla base di un eccessivo numero di caratteri per secondo in determinate linee di sottotitoli.

3.2. Lo spettatore modello

Prima ancora di visualizzare nel dettaglio il prodotto audiovisivo e di pensare alle possibili strategie da utilizzare per tradurlo, occorre che il traduttore si prefiguri lo spettatore modello, sulla falsariga del lettore modello (Osimo 2004). Per lettore modello, concetto postulato da Umberto Eco, si indica il lettore della cultura target che il traduttore si immagina come potenziale fruitore dell'opera tradotta, cercando di prevedere le sue caratteristiche di età, nonché le sue predilezioni e le sue conoscenze, sia di tipo linguistico, sia di tipo enciclopedico. Ovviamente, è inimmaginabile pensare di tracciare l'identikit dettagliato e assolutamente certo degli effettivi fruitori del prodotto, i cosiddetti lettori empirici, o in questo caso spettatori empirici. Di conseguenza, è sbagliato fossilizzarsi su un solo tipo di strategie,

applicando per esempio unicamente le strategie orientate alla cultura ricevente o *target-oriented*, o viceversa fare uso solo di quelle orientate alla cultura di partenza o *source-oriented*. L'approccio più corretto, al contrario, è analizzare caso per caso, tenendo in considerazione l'idea che ci siamo fatti sul possibile spettatore modello e agendo di conseguenza.

Per il nostro caso specifico, se dovessimo delineare la figura dello spettatore modello, potremmo prendere in considerazione il pubblico che fruisce di prodotti simili, quindi di altri talk show di stampo americano sottotitolati e trasmessi in Italia. Come abbiamo detto, il riferimento può essere al *Late Show* ai tempi di David Letterman e/o al *Tonight Show* ai tempi di Jay Leno. In mancanza di dati significativi sufficienti al riguardo, l'alternativa è volgere lo sguardo a tali dati statistici concernenti i telespettatori del prodotto originale, oppure cercando di delineare il profilo dello spettatore modello a partire dalle caratteristiche del programma elencate nel paragrafo 2 del precedente capitolo. Partiamo da quest'ultimo assunto: come abbiamo già detto, la trasmissione è condotta da John Oliver, un conduttore relativamente giovane rispetto ai suoi colleghi attualmente impegnati in altri show e non (Jon Stewart, Stephen Colbert, Jimmy Fallon, e ovviamente Jay Leno e David Letterman). Già questo è un aspetto che ne fa un programma adatto a un pubblico giovanile, specialmente per le fasce d'età tra i 18 e i 24 anni e quella tra i 25 e i 34 (facendo riferimento alle fasce d'età proposte dal sito Marketingcharts). L'abilità di Oliver nel parlare in maniera diretta, facendo ricorso a colloquialismi e a espletivi è un altro fattore che attrae più facilmente le generazioni più giovani. Un altro fattore determinante in questo senso è il ricorso, frequente e puntuale, alle risorse del web come YouTube e i vari social network (Facebook e Twitter) sia attraverso il canale o la pagina ufficiale della trasmissione, sia da parte del conduttore attraverso i suoi account. Abbiamo spiegato, infatti, quanto sia rilevante l'utilizzo di risorse diverse dalla televisione tradizionale per attirare soprattutto le fasce d'età più giovani, cioè proprio quelle che ne fanno maggior uso in sostituzione della tv tradizionale (si veda la figura 3 all'interno del primo capitolo). Individuata quindi grosso modo una fascia d'età compresa tra i 18 e i 34 anni per il pubblico della cultura ricevente, restano da capire le possibili conoscenze linguistiche, culturali ed enciclopediche dei potenziali telespettatori. Innanzitutto, chi si avvicina a un programma di questo genere è perché nutre un interesse particolare per gli Stati Uniti d'America e le sue vicende politiche e sociali. Di conseguenza, è plausibile che abbia una conoscenza quanto meno superficiale della cultura americana, di certi usi e costumi e

delle personalità statunitensi più celebri e influenti. Inoltre, è possibile immaginare che lo spettatore modello abbia una conoscenza pur minima della lingua inglese. Ciò vuol dire che il traduttore, in certi casi, può confidare nelle conoscenze pregresse del telespettatore, anche se non vuol dire che si debbano dare automaticamente per scontate.

3.3. Il procedimento

Un requisito fondamentale nel campo del sottotitolaggio è l'organizzazione del lavoro in diverse fasi. In questo contesto, intendo solo evidenziare la realizzazione pratica delle diverse fasi descritte in maniera teorica nel sottoparagrafo 1.4.2., in modo da fornire un'idea più chiara sull'effettivo svolgimento del lavoro. Innanzitutto, il sottotitolatore sceglie il software che intende utilizzare per la realizzazione dei sottotitoli. La mia scelta è ricaduta su Subtitle Workshop, un programma con cui ho maggior dimestichezza. Per prima cosa, occorre naturalmente prendere visione di ciascun filmato in modo attento e nella sua interezza, possibilmente prendendo nota dei frangenti in cui possono insorgere difficoltà o dei punti poco chiari o incompresi a un primo ascolto. Successivamente, non avendo a disposizione la trascrizione della voce o del dialogo originale, è necessario trascrivere in maniera fedele tutto ciò che viene detto nell'audio in lingua originale. Per fare ciò, è consigliabile utilizzare la modalità di traduzione di Subtitle Workshop, così che, nel frattempo, si possano inserire anche i tempi di entrata e uscita di ciascun sottotitolo che saranno validi anche per i sottotitoli nella lingua target, nel nostro caso l'italiano. Con questa modalità del programma, infatti, si crea automaticamente anche il file da compilare con i sottotitoli nella lingua target. Fare una trascrizione completa e letterale nella lingua originale, oltre ovviamente a essere essenziale per tradurre bene e decidere eventualmente quali informazioni conservare e quali omettere, si rivela utile per poter confrontare effettivamente la differenza tra il numero di parole originali e il numero di parole dei sottotitoli interlinguistici realizzati. Si tratta, infatti, di un dato statistico interessante per confermare gli studi sulla riduzione del materiale linguistico a seguito del sottotitolaggio.

Ciò che si ottiene a completamento del procedimento è un file (con estensione .srt) che può essere modificato anche con l'editor di testo Notepad++, molto utile anche per copiare e incollare il testo completo dei sottotitoli su programmi come Microsoft Word o Open Office Writer per effettuare il controllo ortografico. All'interno di Subtitle Workshop, invece, è

possibile fare un controllo della qualità che tenga conto di certi parametri, per esempio la presenza di doppi spazi, la mancanza di punteggiatura al termine del sottotitolo, la presenza dello spazio dopo la lineetta che identifica la voce di un dialogo o dopo le virgole, ecc.

Per quanto riguarda le modifiche relative allo spostamento di certe linee di sottotitoli in alto per evitare che si sovrappongano alle didascalie, oppure l'inserimento di un sottotitolo contemporaneamente a un altro proprio per tradurre anche una didascalia, mi sono avvalso di Aegisub, un programma un po' più completo che ha un maggior numero di opzioni. Per spostare più sottotitoli in alto, per esempio, è sufficiente creare un nuovo stile nel menu degli stili e assegnare lo stile creato a ciascun sottotitolo che deve essere spostato dalla sua posizione naturale. Gli stili possono essere modificati anche cambiando il font, la dimensione e il colore dei caratteri. Il file che si ottiene al termine delle modifiche su Aegisub è di un altro tipo (con estensione .ass) ma è comunque compatibile con i principali lettori multimediali, come Vlc, anche se presenta problemi di riconoscimento ottico dei caratteri (OCR) se aperto nuovamente con Subtitle Workshop.

3.4. “Donald Trump's presidential campaign”, 28 febbraio 2016 (s. 3, e. 3)

Il primo estratto che ho deciso di tradurre è il segmento principale della terza puntata della terza stagione e riguarda la campagna presidenziale di Donald Trump. Ho optato per questo episodio vista la rilevanza della figura di Trump nella sfera politica attuale e la sua vittoria, per certi versi inaspettata, alle presidenziali degli Stati Uniti. Nel momento in cui è andata in onda questa puntata, Donald Trump era ancora solo uno dei candidati alle primarie del partito repubblicano insieme, tra gli altri, a Ted Cruz e Marco Rubio, entrambi citati durante questo episodio dello show. Un importante dato contestuale era il suo successo alle primarie di tre stati (New Hampshire, Nevada e South Carolina) e l'imminente *Super Tuesday* o Supermartedì, giorno in cui si vota per le primarie dei partiti nella maggior parte degli stati e che quest'anno cadeva il 1° marzo, ovvero due giorni dopo la trasmissione. John Oliver sottolinea il dato significativo dei sondaggi, che davano Trump in vantaggio rispetto agli altri candidati in vista, appunto, delle primarie del 1° marzo. Una previsione che è stata poi rispettata e che ha permesso al magnate di diventare il candidato repubblicano alle elezioni presidenziali.

Trump, quindi, era ancora lontano dal diventare il 45° presidente degli Stati Uniti d'America,

ma il conduttore in questo episodio dello show già intravedeva la potenzialità del suo successo sull'elettorato e metteva in guardia i suoi telespettatori sui lati oscuri della sua figura. La posizione di Oliver non è mai in discussione e la sua argomentazione è esplicita: pur esordendo affermando che c'è qualcosa di Donald Trump che lo attira e che il fatto che possa piacere alla gente è comprensibile, nel corso della puntata finisce per affermare inequivocabilmente la sua posizione nettamente a sfavore di una candidatura di Trump alle presidenziali. Questa puntata è a tutti gli effetti un climax ascendente: da affermazioni più pacate e mere elencazioni di fatti e di dati si passa gradualmente a una stigmatizzazione sempre più marcata di Donald Trump come uomo, come personaggio e come esponente politico. Anche l'elemento comico ne risente: la prima parte è più leggera, con battute più “innocue”, mentre nella seconda parte prevale l'argomentazione e la comicità si fa più pungente e non priva di espletivi e volgarismi, basti pensare che con una delle ultime battute dell'estratto John Oliver afferma di aspettarsi di ricevere una querela da parte di Trump all'indomani.

Per i motivi elencati, oltre che per l'attualità dell'argomento, ho trovato interessante la proposta di adattamento di un episodio simile. È recente, infatti, l'insediamento di Donald Trump alla Casa Bianca avvenuto il 20 gennaio 2017, una data che il conduttore cita proprio in questo estratto e a questo proposito, ironizzando sulla tragicità di questo giorno nel caso in cui fosse proprio Trump a prestare giuramento e a prendere il posto di presidente degli Stati Uniti d'America.

3.4.1. Tabella dei sottotitoli con trascrizione originale e time-code

Vediamo ora nel dettaglio tutti i sottotitoli relativi al segmento principale dell'episodio selezionato, con la relativa trascrizione della voce originale in inglese, il time-code con i tempi di entrata e di uscita di ciascun sottotitolo e il numero del sottotitolo per facilitarne l'individuazione nel momento dell'analisi traduttologica.

#	TIME-CODE	TRASCRIZIONE ORIGINALE	SOTTOTITOLO IN ITALIANO
1	00:00:04,650 --> 00:00:08,200	Our main story tonight, and I cannot believe I'm saying this,	Mai l'avrei detto, / ma il grande tema di oggi...
2	00:00:08,400 --> 00:00:09,700	is Donald Trump.	è Donald Trump.

3	00:00:09,900 00:00:14,300	--> And I say that, I say that knowing that every time his name is said out loud	E lo dico consapevole / che quando viene nominato
4	00:00:14,500 00:00:16,500	--> He has a shattering orgasm.	ha un mega orgasmo.
5	00:00:16,700 00:00:21,000	--> And look, we've mostly ignored Trump on this show,	E pensare che finora / Trump lo abbiamo ignorato,
6	00:00:21,200 00:00:24,500	--> but he has now won three states, has been endorsed by Chris Christie	ma ora ha vinto in tre stati, / è sostenuto da Christie
7	00:00:24,700 00:00:29,000	--> and polls showed him leading in most Super Tuesday states, which is a big deal.	ed è in vantaggio / nelle primarie del Super Tuesday.
8	00:00:29,200 00:00:33,100	--> Since 1988, every candidate who has won the most states on Super Tuesday	Dal 1988, chi vince più stati / nel Super Tuesday
9	00:00:33,300 00:00:35,100	--> went on to become their party's nominee.	diventa il candidato del partito.
10	00:00:35,300 00:00:38,700	--> So at this point, Donald Trump is America's back mole.	Trump per l'America / è un neo sulla schiena.
11	00:00:38,900 00:00:41,650	--> It may have seemed harmless a year ago,	Sembrava innocuo un anno fa,
12	00:00:41,850 00:00:46,400	--> but now that it's gotten frighteningly bigger, it's no longer wise to ignore it.	ma ora che è enorme / non è più il caso di ignorarlo.
13	00:00:47,000 00:00:50,000	--> And I do understand why Trump supporters might like him.	E posso capire i suoi sostenitori.
14	00:00:50,200 00:00:52,000	--> He's unpredictable and entertaining.	È imprevedibile e divertente.
15	00:00:52,200 00:00:55,200	--> Just look how he went off to Marco Rubio on Friday.	Guardate l'imitazione di Marco Rubio:
16	00:00:55,600 00:00:58,600	--> Did you ever see a guy sweat like this? It's Rubio!	Avete visto quanto suda? Sono Rubio!
17	00:01:06,300 00:01:07,500	--> I'm sweating!	Sto sudando!
18	00:01:11,600 00:01:14,000	--> That's objectively funny.	È oggettivamente divertente.
19	00:01:14,500 00:01:17,100	--> Just as he was funny when a few years ago he tweeted,	Come quando ha twittato:
20	00:01:17,300 00:01:19,300	--> I would like to extend my best wishes to all,	Faccio gli auguri a tutti,
21	00:01:19,500	--> even the haters and losers, on this	anche ai detrattori, / in questa data

	00:01:22,000	special date,	speciale,
22	00:01:22,200 00:01:23,800	--> September the 11th.	11 settembre.
23	00:01:24,000 00:01:27,400	--> He wished haters and losers a happy 9/11.	Augurò ai detrattori / un felice 11 settembre.
24	00:01:28,000 00:01:32,200	--> There is a part of me that even likes this guy. It's a part of me I hate,	A una parte di me piace. / E io la odio,
25	00:01:32,800 00:01:34,500	--> but it's a part of me.	ma è una parte di me.
26	00:01:34,700 00:01:40,500	--> And if you're someone who's sick of the party establishment, he might seem like a protest candidate with some attractive qualities.	E chi è stufo dell'establishment / lo reputa un oppositore meritevole.
27	00:01:40,800 00:01:43,100	--> We like him, he tells it like it is.	Ci piace, dice le cose come stanno.
28	00:01:43,300 00:01:44,800	--> He says what he means.	Dice ciò che pensa.
29	00:01:45,000 00:01:47,000	--> I honestly believe he's telling the truth.	Dice la verità.
30	00:01:47,200 00:01:49,600	--> He's funding his own campaign, nobody owns him.	Si autofinanzia, è padrone di sé.
31	00:01:49,800 00:01:52,300	--> He's aggressive and he's strong and he's bold.	È aggressivo, forte, spavaldo.
32	00:01:52,500 00:01:55,100	--> I think he's an incredible businessman...	È un grande uomo d'affari.
33	00:01:55,300 00:02:01,100	--> If he runs the country like he runs his organizations, we will be in good shape.	Se guiderà il paese come guida / le sue imprese, saremo in buone mani.
34	00:02:01,600 00:02:05,700	--> Donald Trump can seem appealing until you take a closer look.	Trump sembra affascinante / finché non lo guardi da vicino.
35	00:02:06,100 00:02:08,900	--> Much like the lunch buffet at a strip club.	Come il buffet in uno strip club.
36	00:02:09,100 00:02:10,600	--> Or the NFL, or...	O la NFL, o...
37	00:02:10,800 00:02:12,500	--> having a pet chimpanzee.	uno scimpanzé in casa.
38	00:02:12,700 00:02:17,000	--> Sure, it seems fun but someday Coco's gonna tear your fucking limbs off.	Una figata, ma un giorno / Coco vi staccherà le braccia.
39	00:02:17,500 00:02:21,100	--> Because let's look at each of those qualities those people listed.	Ma consideriamo le qualità elencate.
40	00:02:21,300 00:02:23,500	--> First, he tells it like it is.	1. Dice le cose come stanno.

41	00:02:23,700 00:02:24,700	--> Does he?	Davvero?
42	00:02:25,000 00:02:27,900	--> Because the website PolitiFact checked 77 of his statements	PolitiFact verificò / 77 sue affermazioni.
43	00:02:28,100 00:02:32,000	--> and rated 76% of them as varying degrees of false.	Il 76% di queste sono false / a diversi gradi.
44	00:02:32,200 00:02:34,200	--> And I witnessed this first-hand...	Ci sono passato anch'io.
45	00:02:34,400 00:02:36,400	--> He went to attack my old boss by tweeting,	Accusò il mio capo così:
46	00:02:36,600 00:02:38,800	--> If Jon Stewart is so above it all and legit,	“Se Jon Stewart è così perfetto,
47	00:02:39,000 00:02:41,400	--> why did he change his name from Jonathan Lebowitz?	perché cambiare nome? / Non era Jonathan Lebowitz?
48	00:02:41,600 00:02:43,600	--> He should be proud of his heritage.	Rinnega le sue origini?”
49	00:02:43,800 00:02:45,100	--> And then two years later wrote,	E due anni dopo:
50	00:02:45,300 00:02:50,400	--> I never attacked dopey Jon Stewart for his phony last name. Would never do that.	“Non attaccherei mai Stewart il tonto / per il suo cognome fasullo.”
51	00:02:50,900 00:02:56,900	--> And then just last year he claimed falsely to have turned down an invite to appear on this "very boring" show.	Poi mentì e disse che rifiutò / l'invito a questa "barba" di show.
52	00:02:57,100 00:03:00,300	--> And who's he trying to impress with that lie?	Ma chi vuole convincere / con questa bugia?
53	00:03:00,500 00:03:03,700	--> Our show's guests include sloths and puppies.	I nostri ospiti / sono bradipi e cuccioli.
54	00:03:04,300 00:03:07,000	--> We're basically a petting zoo with a desk.	Siamo uno zoo con una scrivania.
55	00:03:07,600 00:03:12,400	--> But when we pointed out that he had never been invited, this is how he responded,	Poi chiarimmo che non fu mai invitato / ed ecco come rispose:
56	00:03:12,600 00:03:16,000	--> All of a sudden I see people saying that John Oliver, I'm saying John Oliver?	Di colpo, parlano di John Oliver, / ma chi è?
57	00:03:16,200 00:03:19,900	--> And I checked with my people, he asked me to be on the show four of five times.	Mi ha invitato un sacco di volte.
58	00:03:20,100 00:03:23,700	--> And I don't even hardly know who he was, I wouldn't know what he looks like.	Ma chi è questo? / Non so che faccia abbia.
59	00:03:23,900 00:03:27,150	--> Well, look, first I wouldn't expect him to know who I was,	Primo, non pretendevo / che sapesse chi sono,

60	00:03:27,350 00:03:31,000	--> although for his inevitable angry tweets about this segment I'll tell you what I look like...	ma vi dirò chi sembro / per ispirare i suoi tweet:
61	00:03:31,200 00:03:33,400	--> I look like a near-sighted parrot who works at the bank.	un pappagallo miope / che lavora in banca.
62	00:03:33,800 00:03:37,000	--> But secondly,	Ma... in secondo luogo,
63	00:03:37,300 00:03:42,800	--> It was genuinely destabilizing to be on the receiving end of a lie that confident.	è strano essere il destinatario / di una bugia tanto convincente.
64	00:03:43,000 00:03:47,400	--> I even checked to make sure that no one had even accidentally invited him.	Ho pure verificato / se fosse stato invitato per sbaglio.
65	00:03:47,600 00:03:49,400	--> And of course they hadn't.	Ovviamente no.
66	00:03:49,600 00:03:55,000	--> And I'm not even sure he know he's lying, I think he just doesn't care about what the truth is.	Non so neanche se sappia di mentire, / è che non gli interessa la verità.
67	00:03:55,300 00:03:59,700	--> Donald Trump views the truth like this lemur views the Supreme Court vacancy.	Trump sta alla verità / come un lemure alla Corte Suprema.
68	00:03:59,900 00:04:04,200	--> I don't care about that in any way, please fuck off, I have a banana.	Chi se ne frega, / vai a quel paese, ho una banana.
69	00:04:06,400 00:04:12,400	--> So, so, let's move on to his next selling point, that he's truly independent and not beholden to anyone.	Veniamo alla seconda qualità: / è autonomo e non dipende da nessuno.
70	00:04:12,600 00:04:13,600	--> Or as he puts it,	O come dice lui:
71a	00:04:12,600 00:04:19,600	--> DONALD TRUMP: I DON'T LIE	DONALD TRUMP: NON MENTO
71	00:04:13,800 00:04:17,200	--> - I'm self-funding my campaign, I tell the truth... - How much have you spent so far?	- Mi autofinanzio, è vero... / - Quanto avete speso?
72	00:04:17,400 00:04:19,600	--> Probably 20-25 million dollars.	20-25 milioni di dollari.
73	00:04:20,200 00:04:21,900	--> Ok, let's break that down.	Ok, parliamone.
74	00:04:22,100 00:04:24,600	--> First, I'm rich therefore I tell the truth	Sono ricco quindi non mento.
75	00:04:24,800 00:04:28,700	--> has the same internal logic as I'm a vegan therefore I know karate.	È come dire che sono vegano, / quindi so fare karate.
76	00:04:29,400 00:04:35,000	--> There is no cause and effect between those two and the correlation usually goes the other way.	Non c'è causa ed effetto, / anzi, semmai è il contrario.

77	00:04:35,200 00:04:38,400	--> And while it is true that he hasn't taken corporate money,	E se è vero che non ha finanziatori,
78	00:04:38,600 00:04:43,500	--> the implication he has personally spent 20 to 25 million dollars is a bit of a stretch,	parlare di 20-25 milioni / è un po' esagerato.
79	00:04:43,900 00:04:49,200	--> because what he's actually done he has loaned his own campaign 17 and a half million dollars.	In realtà, ha solo dato in prestito / alla sua campagna 17,5 milioni.
80	00:04:49,400 00:04:55,400	--> and he has just personally given just 250 thousands dollars and that's important,	Di suo ha messo solo 250mila dollari, / un dato importante,
81	00:04:55,700 00:04:59,700	--> because up until the convention he can pay himself back for the loan with campaign funds,	perché entro luglio 2016 / può recuperare questi soldi.
82	00:04:59,900 00:05:03,500	--> and if you don't think there's a significant difference between a gift and a loan,	E non c'è differenza / tra regalo e prestito,
83	00:05:03,700 00:05:07,700	--> try giving your spouse an anniversary loan and see how that goes!	fate un prestito a vostra moglie, / la prenderà bene!
84	00:05:08,500 00:05:14,300	--> And even he himself sometimes admits that his campaign is by no means completely self-funded.	Lui stesso ammise che la sua campagna / non è del tutto autofinanziata.
85	00:05:14,500 00:05:17,900	--> I'm self-funding my campaign, other than the little tiny ones sending...	Mi autofinanzio, / tranne per piccole somme...
86	00:05:18,100 00:05:22,800	--> you know, women sending 7 dollars and 59 cents, what do you do? How can you send the money back?	Donne che mandano qualche dollaro... / Come puoi rifiutarli?
87	00:05:23,000 00:05:27,400	--> You know, it's cute, it's beautiful, they feel invested in your campaign.	È bello perché / si sentono parte della campagna.
88	00:05:27,800 00:05:32,100	--> He makes it sound that women are stuffing grimy dollar bills in envelopes	Sembra che queste donne / mettano sporchi soldi in buste
89	00:05:32,300 00:05:36,200	--> writing Donald Trump on the front and he's just too kind to send them back.	con su scritto Trump / e lui le accetti per pietà.
90	00:05:36,800 00:05:40,900	--> But he has taken in 7 and a half million dollars in individual contributions.	In questo modo, / ha guadagnato 7,5 milioni di dollari.
91	00:05:41,100 00:05:46,200	--> And if he didn't want it, maybe he shouldn't have had two donate buttons on his website,	E se non li voleva, perché nel sito / si possono fare donazioni?
92	00:05:46,500 00:05:52,300	--> because money isn't unsolicited when you have to ask for someone's	I soldi sono richiesti eccome / se si chiede il numero della carta.

		credit card expiration date to receive it.	
93	00:05:52,700 --> 00:05:57,800	Ok, so how about the claim he's tough. Well, again I'm not sure about that,	E che dire del fatto che è un duro: / anche qui ho i miei dubbi.
94	00:05:58,000 --> 00:06:00,800	because for a tough guy he has incredibly thin skin	Sarà un duro, / ma è troppo permaloso.
95	00:06:01,100 --> 00:06:05,600	Back in 1988, Spy magazine called him "a short-fingered vulgarian"	Nel 1988, Spy lo definì / "un cafone dalle dita corte".
96	00:06:06,300 --> 00:06:10,100	and ever since the editor Graydon Carter says he receives envelopes from Trump,	Da allora, l'editore / riceve lettere da Trump
97	00:06:10,300 --> 00:06:15,100	always with a photo on which he circled his hand to highlight the length of his fingers.	con foto in cui evidenzia / la lunghezza delle sue dita.
98	00:06:15,700 --> 00:06:19,500	Usually with a note reading, "See, not so short!"	E con su scritto: / "visto, mica così corte!"
99	00:06:20,000 --> 00:06:23,800	And look, look, his fingers seem fine	E badate bene, / le sue dita sembrano apposto.
100	00:06:24,500 --> 00:06:29,000	But the very fact he's so sensitive about it is absolutely hilarious.	Ciò che fa ridere / è che sia così sensibile al riguardo.
101	00:06:29,500 --> 00:06:33,500	As is the fact that those notes were apparently written in gold sharpie,	E che le scriva / con un pennarello dorato,
102	00:06:33,700 --> 00:06:36,600	which is so quintessentially Donald Trump.	che è la quintessenza di Trump.
103	00:06:36,800 --> 00:06:41,800	something that gives the passing appearance of wealth, but is actually just a cheap tool.	Dà un'apparenza di opulenza, / ma è solo roba da due soldi.
104	00:06:43,500 --> 00:06:47,800	Now, Trump's signature tough tool, his signature tough tool	Ma il marchio di fabbrica / di Donald Trump
105	00:06:48,000 --> 00:06:53,500	often involve lawsuits. He loves to threaten to sue people, like he did with Rosie O'Donnell.	è la minaccia di querela, / come ha fatto con Rosie O'Donnell.
106	00:06:53,700 --> 00:06:56,100	She said I was bankrupt, I never went bankrupt.	Disse che ero in bancarotta, è falso.
107	00:06:56,300 --> 00:06:59,500	So, probably I'll sue her, because it would be fun.	Forse la querelerò, / sarebbe divertente.
108	00:06:59,700 --> 00:07:02,900	I'd like to take some money out of her fat ass pockets.	Voglio svuotare / le tasche a quella culona.
109	00:07:03,400 --> 00:07:05,300	Well, look, look, of course...	È chiaro.
110	00:07:05,500 --> 00:07:09,200	Of course he needs to take Rosie O'Donnell to court to take money out of her pocket	Per svuotargliela / gli serve un tribunale,

111	00:07:09,400 00:07:13,700	-->	because his tiny tiny fingers are too short to reach into her wallet.	perché con i suoi ditini / non ce la farebbe mai.
112	00:07:14,500 00:07:16,000	-->	But he never sued her.	Ma non la querelò.
113	00:07:16,300 00:07:21,500	-->	He never sued Rosie O'Donnell, in fact he has repeatedly threatened people with lawsuits and not followed through,	Né Rosie O'Donnell, / né altra gente che aveva minacciato,
114	00:07:21,700 00:07:26,000	-->	including the rapper Mac Miller, Lawrence O'Donnell, Vanity Fair,	come il rapper Mac Miller, / Lawrence O'Donnell, Vanity Fair,
115	00:07:26,200 00:07:30,300	-->	and an activist who launched a petition for Macy's to drop Trump's products.	e chi chiese a Macy / di boicottare i suoi prodotti.
116	00:07:30,500 00:07:33,600	-->	"I'll sue you" is Trump's version of "bazinga".	"Ti querelo" / è la sua versione di "bazinga".
117	00:07:34,300 00:07:37,600	-->	It doesn't really mean anything but he says it all the time.	Non vuol dire nulla, / ma lo ripete sempre.
118	00:07:38,200 00:07:42,100	-->	But perhaps Trump's biggest selling point as a candidate is his success.	Ma il suo pezzo forte / come candidato è il successo.
119	00:07:42,300 00:07:44,800	-->	And where could people get that idea from?	Perché la gente la pensa così?
120	00:07:45,000 00:07:48,100	-->	I'm really rich. I actually think I've the best temperament.	Sono molto ricco. / Ho la migliore indole.
121	00:07:48,300 00:07:52,300	-->	People love me and you know what, I've been very successful, everybody loves me.	La gente mi ama, / ho sempre avuto successo.
122	00:07:52,500 00:07:54,200	-->	I went to an Ivy League School,	Ho fatto un'università prestigiosa.
123	00:07:54,400 00:07:58,200	-->	I am very highly educated, I know words, I have the best words.	Sono colto, conosco le parole, / le migliori parole.
124	00:08:02,000 00:08:04,000	-->	Oh, please.	Per piacere...
125	00:08:04,600 00:08:10,600	-->	Literally the biggest word in the sentence "I have the best words" is the word "words".	La parola migliore in quella frase / è proprio la parola "parole".
126	00:08:11,200 00:08:16,200	-->	But it's worth noting while yes, he has made more money than most of us will make in a lifetime,	E se è vero che ha più soldi / di quanti ne avremo noi in una vita,
127	00:08:16,400 00:08:22,300	-->	not only did he get a multi-million dollar inheritance from his father, but he has also lost a huge amount of money.	è pur vero che ha ereditato milioni / da suo padre e molti li ha persi.
128	00:08:22,500 00:08:25,100	-->	And this is where we need to be careful,	E su questo stiamo molto attenti,

129	00:08:25,300 --> 00:08:30,800	because as we've learned he will threaten to sue your fat ass pockets with his cocktail sausage fingers	perché minaccia di ripulirci / con le sue dita a salsicciotto
130	00:08:31,800 --> 00:08:34,500	if you talk about his company's bankruptcies.	se parliamo di bancarotta con lui.
131	00:08:34,700 --> 00:08:40,200	So I would just let his own daughter describe the state of his finances at one point in his life.	Perciò farò descrivere a sua figlia / come era ridotto a un certo punto.
132	00:08:40,400 --> 00:08:43,700	I remember once, my father and I were walking down Fifth Avenue	Un giorno, ero con lui / sulla 5th Avenue.
133	00:08:43,900 --> 00:08:49,200	and there was a homeless person sitting right outside of Trump Tower.	C'era un senzatetto / seduto di fronte alla Trump Tower.
134	00:08:49,400 --> 00:08:52,100	And I remember my father pointing to him and saying,	Mio padre lo indicò e disse:
135	00:08:52,300 --> 00:08:58,200	you know, that guy has \$8 billion more than me. Because he was in such extreme debt at that point, you know?	quel tizio ha 8 miliardi più di me. / Era pieno di debiti a quel tempo.
136	00:08:58,800 --> 00:09:03,300	And that really shows you the indomitable spirit of Donald Trump.	Questa è la dimostrazione / dello spirito indomito di Trump.
137	00:09:03,500 --> 00:09:05,200	To fall to his lowest point	Toccare il fondo
138	00:09:05,400 --> 00:09:10,400	and in that very moment still find the way to be kind of a dick to a homeless guy.	e trovare comunque il modo / di fare lo stronzo con un senzatetto.
139	00:09:11,200 --> 00:09:16,200	Now, his campaign claims his current worth is in excess of 10 billion dollars	Secondo la sua campagna, / ha un capitale di oltre 10 miliardi.
140	00:09:16,400 --> 00:09:19,400	and they've written it in all caps so it must be true.	È in maiuscolo, / quindi dev'essere vero.
141	00:09:19,800 --> 00:09:21,600	But others have disputed that figure.	Non tutti concordano.
142	00:09:21,800 --> 00:09:27,250	In fact, a book once suggested that Trump might be worth a mere \$150 to \$250 million,	In un libro, si suggerisce / che sia tra 150 e 250 milioni.
143	00:09:27,450 --> 00:09:32,150	which Trump protested by suing the writer for \$5 billion,	Trump ha querelato lo scrittore / chiedendogli 5 miliardi,
144	00:09:32,350 --> 00:09:36,000	which is a pretty roundabout way of getting half the way to \$10 billion.	un bel modo per avere / metà di quei 10 miliardi.
145	00:09:36,200 --> 00:09:41,600	And you should know, for the record, Trump lost that lawsuit twice.	Ha perso questa causa due volte, / ma meno male che l'ha fatta.
146	00:09:41,800 --> 00:09:47,500	if only because during the deposition, he explained that his estimate of his net worth fluctuates	Se non altro per la deposizione, / dove dice che il suo capitale fluttua

		based on,	
147	00:09:47,700 --> 00:09:51,300	and I quote, feelings, even my own feelings,	a causa, testuali parole, / del suo stato d'animo,
148	00:09:51,600 --> 00:09:54,300	and that can change rapidly from day to day.	che può cambiare ogni giorno.
149	00:09:54,700 --> 00:09:59,200	Think about that, he claimed that his net worth changes depending on his mood,	Pensateci, il suo patrimonio / varia secondo il suo umore.
150	00:09:59,400 --> 00:10:01,700	which makes absolutely no sense.	Non ha senso.
151	00:10:02,100 --> 00:10:07,200	Partly because he always seems to be in the same mood, specifically smug, yet gassy.	Anche perché è sempre quello / di un compiaciuto scorreggione.
152	00:10:08,300 --> 00:10:11,500	And... And interestingly, interestingly	Ma la cosa interessante è questa:
153	00:10:12,000 --> 00:10:16,000	A significant portion of his self-valuation is intangible.	buona parte della stima / è di tipo intangibile.
154	00:10:16,200 --> 00:10:18,900	His brand is what he values very much,	Lui valuta molto il suo brand.
155	00:10:19,100 --> 00:10:24,900	On his disclosure form that he's released, it's about 3 billion dollars. That's what he values his brand as.	Dichiarò di valutare il suo brand / circa 3 miliardi di dollari.
156	00:10:25,400 --> 00:10:29,200	Exactly, he values his own name at 3 billion dollars.	Esatto, / solo il suo nome vale 3 miliardi.
157	00:10:29,500 --> 00:10:31,800	And I'm not saying a name can't have value.	Certo, il nome conta.
158	00:10:32,000 --> 00:10:37,200	It's why people pay 120 dollars for a plain white t-shirt that is designed by Kanye West.	C'è chi paga una maglia bianca / 120 dollari perché è di Kanye West.
159	00:10:37,600 --> 00:10:42,900	They don't want just any white t-shirt, they want one designed by a bored sociopath with a finger free anus.	Vogliono proprio quella disegnata / da un sociopatico vergine dal culo.
160	00:10:44,800 --> 00:10:49,100	But 3 billion dollars seems a bit high,	Eppure, 3 miliardi di dollari / sembrano un po' troppi.
161	00:10:49,300 --> 00:10:51,200	Especially because while Trump has said,	Anche perché disse:
162	00:10:51,400 --> 00:10:54,500	if I put my name on something, you know it's gonna be good.	"Se c'è il mio nome, / è qualcosa di buono."
163	00:10:55,000 --> 00:11:00,000	Over the years, his name has been on some things that have arguably been very un-good,	Ma negli anni, il suo nome fu legato / a cose per nulla buone:
164	00:11:00,500 --> 00:11:03,000	including Trump Shuttle, which no longer exist,	il Trump Shuttle non esiste più,

165	00:11:03,200 --> 00:11:05,200	Trump vodka, which was discontinued.	la Trump vodka è sparita,
166	00:11:05,400 --> 00:11:07,000	Trump magazine, which folded.	Trump magazine non esce più.
167	00:11:07,200 --> 00:11:09,200	Trump World magazine, which also folded.	Trump World magazine idem,
168	00:11:09,400 --> 00:11:11,500	Trump University, over which he's being sued,	per la Trump University è in causa
169	00:11:11,700 --> 00:11:14,800	And, of course, the travel booking site gotrump.com,	e il sito di viaggi gotrump.com
170	00:11:15,200 --> 00:11:19,250	whose brief existence was, I imagine, a real thorn in the side of anyone hoping	ha avuto vita breve / ed è stato una delusione
171	00:11:19,450 --> 00:11:23,900	gotrump.com featured a single thing worth masturbating to.	per chi sperava di trovarci / un motivo per masturbarsi.
172	00:11:24,400 --> 00:11:27,400	And that's not even mentioning this,	Per non parlare di questo:
173	00:11:27,850 --> 00:11:31,700	When it comes to great steaks, I've just raised the steaks.	Se parliamo di bistecche, / sono il re delle bistecche.
174	00:11:31,900 --> 00:11:36,600	Trump steaks are the world's greatest steaks and I mean that in every sense of the word,	Le mie bistecche sono le migliori / nel vero senso della parola,
175	00:11:36,800 --> 00:11:40,600	and the Sharper Image is the only store where you can buy them.	E le troverete solo a Sharper Image.
176	00:11:41,800 --> 00:11:47,800	And not only can you not buy those steaks anymore, but why did he sell them at the Sharper Image?	E non solo non si trovano più, / ma le vendeva in un grande magazzino!
177	00:11:48,500 --> 00:11:50,100	That is a weird choice.	Strana scelta.
178	00:11:50,700 --> 00:11:56,700	I will take a massage chair, an indoor waterfall, and eight and half pounds of the finest meat in America.	Prendo una poltrona, una fontana zen / e le bistecche migliori d'America.
179	00:11:57,700 --> 00:12:01,300	And sure, every business executive is bound to have a few misteps	Ogni manager può fare degli sbagli,
180	00:12:01,500 --> 00:12:05,100	but Trump's lack of sound financial instincts is perhaps best exemplified	ma la prova / del suo scarso fiuto per gli affari
181	00:12:05,300 --> 00:12:08,600	by the business that he put his name on back in 2006.	è una sua società avviata nel 2006.
182	00:12:08,800 --> 00:12:12,450	Just before the entire housing market collapsed.	Poco prima del crollo / del mercato immobiliare.
183	00:12:12,700 --> 00:12:15,250	I think it's a great time to start a mortgage company.	È un gran momento / per una società di mutui.

184	00:12:15,450 --> 00:12:19,050	We're gonna have a great company. It's Trump Mortgage and Trumpmortgage.com	La Trump Mortgage / sarà una grande società.
185	00:12:19,250 --> 00:12:21,000	It's gonna be a terrific company.	Sarà strepitosa.
186	00:12:21,200 --> 00:12:22,200	Yeah, it wasn't.	Non lo fu.
187	00:12:22,800 --> 00:12:23,800	In fact...	Anzi...
188	00:12:24,000 --> 00:12:29,500	In fact, starting a mortgage company in 2006 was one of the worst decisions you could possibly make.	Avviare una società di mutui nel 2006 / fu la peggiore scelta possibile.
189	00:12:29,700 --> 00:12:33,700	But I guess you can convince yourself it was a good idea when you say 30 words	Ma ci si può convincere / del contrario se su 30 parole
190	00:12:33,900 --> 00:12:37,800	and five of them are great, great, terrific, Trump, and Trump.	5 sono grande, gran, / strepitosa, Trump e Trump.
191	00:12:38,800 --> 00:12:43,400	And you might say, well never mind side businesses, what he really is is a builder.	Direte: sono affari secondari, / lui è un imprenditore edile.
192	00:12:43,600 --> 00:12:47,300	But a building with Trump written on it is not necessarily owned by him.	Ma un palazzo con l'insegna Trump / non è detto che sia suo.
193	00:12:47,500 --> 00:12:52,950	He may have just licensed his name to them. something he claims is actually better than ownership.	Permettere solo l'uso del suo nome / è meglio che avere la proprietà:
194	00:12:53,150 --> 00:12:55,900	"You don't put up money, you don't put up anything."	"non ci metti soldi, / non ci metti nulla."
195	00:12:56,100 --> 00:12:58,300	Spoken like a true builder.	Parole da vero costruttore.
196	00:12:58,500 --> 00:13:03,700	And some of those licensed buildings sell his reputation hard,	E certi edifici con il suo nome / contribuiscono alla sua reputazione,
197	00:13:03,900 --> 00:13:07,400	like the sales video for the Trump Ocean Resort in Northern Mexico.	come il promo del Trump Ocean Resort.
198	00:13:07,800 --> 00:13:13,200	I'm very very proud of the fact that when I build, I have investors that follow me all over	Sono fiero di avere investitori / che mi seguono in tutto e per tutto.
199	00:13:13,400 --> 00:13:18,500	People ask me what does Trump stand for more than anything else, and if I have to use one word,	Quando mi chiedono una parola / da associare a Trump, ne ho una sola:
200	00:13:18,700 --> 00:13:20,200	it's always quality.	qualità.
201	00:13:20,800 --> 00:13:23,800	Right, but it's easy to throw around the word quality	Ok, troppo facile parlare di qualità.

202	00:13:24,000 --> 00:13:26,300	Have you ever stayed at a Quality Inn?	Mai stati in un Quality Inn?
203	00:13:27,000 --> 00:13:30,500	The pillows are stuffed with hair they fished out of the bathtub drain.	Hanno cuscini imbottiti / di peli trovati in bagno.
204	00:13:31,000 --> 00:13:37,000	He was never the builder for that project, which was later abandoned leaving would be condo buyers like William Flint,	Ha abbandonato sia quel progetto, / sia un certo William Flint,
205	00:13:37,200 --> 00:13:41,500	who lost 168 thousand dollars feeling understandably betrayed.	che perse 168.000 dollari / e si sente ovviamente tradito.
206	00:13:42,000 --> 00:13:46,500	Donald Trump was an expert in this types of projects, or so we thought.	Trump era esperto in queste cose / o almeno così pensavamo.
207	00:13:46,700 --> 00:13:51,250	In a deposition for a lawsuit regarding the property, Trump son Donald Trump jr	In una deposizione al riguardo, / il figlio di Donald Trump
208	00:13:51,450 --> 00:13:56,500	conceded that the Trump brand could lead people to think a project was a solid investment.	ammise che il nome Trump / rassicurasse gli investitori.
209	00:13:56,800 --> 00:14:02,400	There's one of the things that you've learned through this process is that the Trump name brings stability	Secondo lei, è possibile che il nome Trump denoti stabilità
210	00:14:02,600 --> 00:14:05,300	and/or viability to the project?	o forse fattibilità del progetto?
211	00:14:06,000 --> 00:14:10,700	I don't know if it brings stability or viability, but I imagine certain people feel that.	Non so se indichi stabilità, / ma immagino che qualcuno lo pensi.
212	00:14:11,100 --> 00:14:16,100	And that might actually be the most honest slogan for his campaign.	Questo sarebbe lo slogan più onesto / per la sua campagna:
213	00:14:16,500 --> 00:14:22,300	Trump 2016, I don't know if it brings stability or viability, but I imagine certain people feel that.	Trump: non so se indichi stabilità, / ma immagino che qualcuno lo pensi.
214	00:14:23,600 --> 00:14:28,700	Now, not only did investors in that property sue Donald Trump	Gli investitori non l'hanno querelato / solo per quella proprietà,
215	00:14:28,900 --> 00:14:32,700	but they also did in Trump Tower Tampa, another project that never got off the ground.	ma pure per la Trump Tower / a Tampa, mai costruita.
216	00:14:32,900 --> 00:14:37,150	And in both cases, Trump characteristically deflected blame onto the developers,	In entrambi i casi, / Trump ha incolpato i costruttori.
217	00:14:37,350 --> 00:14:41,900	and you would think those investors would be facing an impossible legal battle,	Voi direte che questi investitori / non avevano speranze,
218	00:14:42,100 --> 00:14:43,600	given Trump's tough talk.	visto il suo pugno duro.

219	00:14:44,200 --> 00:14:49,700	When I get sued, I take it right all the way. You know what happens, if you settle suits, you get sued more.	Se mi querelano, vado fino in fondo, / sennò continuano a querelarmi.
220	00:14:50,000 --> 00:14:51,000	It's true.	È la verità.
221	00:14:51,200 --> 00:14:52,700	I don't settle anything. I don't settle.	Non patteggi mai.
222	00:14:53,500 --> 00:14:55,800	Guess what, he settled both those cases.	Indovinate? Ha patteggiato.
223	00:14:56,300 --> 00:15:01,900	But the problem is, even when you can demonstrably prove Trump to be wrong, it somehow never seems to matter.	Puoi pure dimostrare che ha torto / e comunque non conterebbe nulla.
224	00:15:02,200 --> 00:15:07,600	You can hold his feet to the fire, but he'll just stand there on the stumps, bragging about his fireproof foot skin.	Direbbe di non sentire niente / anche in piedi sui carboni ardenti.
225	00:15:08,500 --> 00:15:13,500	And that maybe because he has spent decades turning his own name into a brand	Forse perché ha speso decenni / a rendere il suo nome un brand
226	00:15:13,700 --> 00:15:16,000	synonymous with success and quality,	sinonimo di successo e qualità.
227	00:15:16,200 --> 00:15:21,500	And he has made himself the mascot for that brand, like Ronald McDonald or Chef Boyardee,	Diventandone la mascotte, / come Ronald McDonald o Chef Boyardee,
228	00:15:21,900 --> 00:15:27,800	And that is who we have seen in The Apprentice or WrestleMania or Home Alone 2.	in "The Apprentice", "WrestleMania" / o "Mamma ho riperso l'aereo".
229	00:15:28,000 --> 00:15:31,000	But if he's actually going to be the Republican nominee,	Ma come candidato repubblicano,
230	00:15:31,200 --> 00:15:34,500	it's time to stop thinking of the mascotte and start thinking of the man,	conta l'uomo / che c'è dietro la mascotte:
231	00:15:34,700 --> 00:15:38,400	because a candidate for president needs a coherent set of policies.	un candidato deve avere / un programma coerente.
232	00:15:38,600 --> 00:15:43,800	Whatever you think about Marco Rubio and Ted Cruz, at least you basically know where they stand.	Piacciono o no, con Rubio e Cruz / almeno si sa da che parte stanno.
233	00:15:44,000 --> 00:15:47,150	But Trump's opinions have been wildly inconsistent,	Invece, / Trump ha idee molto contrastanti.
234	00:15:47,350 --> 00:15:49,300	he's been pro-choice and pro-life,	Pro e contro l'aborto,
235	00:15:49,500 --> 00:15:51,600	for and against assault weapon bans,	pro e contro le armi d'assalto,

236	00:15:51,800 --> 00:15:56,900	in favour of both bringing in Syrian refugees and deporting them out of the country.	a favore dell'accoglienza dei siriani / e della loro deportazione.
237	00:15:57,300 --> 00:16:00,600	And that inconsistency can be troubling. Just this morning for instance	Questo è un problema, / ecco un esempio:
238	00:16:00,800 --> 00:16:05,700	he was asked about the fact that David Duke, former grand wizard of Ku Klux Klan	alla domanda su David Duke, / ex membro di spicco del Ku Klux Klan
239	00:16:05,900 --> 00:16:09,000	had told supporters to vote for him, and this is his answer,	che invitò a votare per lui, / rispose così:
240	00:16:09,200 --> 00:16:15,200	Will you unequivocally condemn David Duke and say you don't want his vote or that of other white supremacists in this election?	Dichiara di non volere i voti di Duke / e dei membri del Ku Klux Klan?
241	00:16:16,500 --> 00:16:20,300	Well just see if you understand, I don't know anything about David Duke, okay?	Voglio essere chiaro, / non so nulla su David Duke.
242	00:16:20,500 --> 00:16:25,800	I don't know anything about what you're even talking about with white supremacy or white supremacists.	E non so assolutamente nulla / della supremazia della razza bianca.
243	00:16:26,000 --> 00:16:31,500	Honestly, I don't know David Duke, I don't believe I've ever met him, I'm pretty sure I didn't meet him and I just don't know anything about him.	Non lo conosco, non so nulla di lui, / credo di non averlo mai visto.
244	00:16:32,200 --> 00:16:33,500	Really?	Davvero?
245	00:16:33,700 --> 00:16:37,850	That's your best answer there. Because you definitely know who he is.	Questa è la tua risposta? / Ma lo sai benissimo chi è.
246	00:16:38,050 --> 00:16:43,600	Partly because you called him a bigot and a racist in the past, but that's not even the fucking point...	Lo hai definito bigotto e razzista, / ma non è questo il problema.
247	00:16:43,800 --> 00:16:48,700	The point is, with an answer like that, you are either racist or you're pretending to be	Con questa risposta, o sei razzista / o fai finta di esserlo
248	00:16:48,900 --> 00:16:51,500	and at some point there is no difference there.	e non fa molta differenza.
249	00:16:51,900 --> 00:16:55,600	And sure, he disavowed David Duke later in the day, but the scary thing is	In seguito rinnegò Duke, / ma l'angoscia resta:
250	00:16:55,800 --> 00:17:00,800	we have no way of knowing which of his inconsistent views he will hold in office.	non sappiamo quali idee conserverà / se andrà al potere.
251	00:17:01,000 --> 00:17:04,150	Will he stand by his statement that vaccines are linked to autism,	Sosterrà il nesso / tra vaccini e autismo?

252	00:17:04,350 --> 00:17:07,100	or his belief that Mexico is sending us rapists...	Che il Messico ci manda stupratori?
253	00:17:07,300 --> 00:17:10,300	Oh, and what about that plan he had to defeat Isis?	E il suo piano per annientare l'Isis?
254	00:17:10,650 --> 00:17:13,300	We're fighting a very politically correct war.	Stiamo combattendo correttamente.
255	00:17:13,500 --> 00:17:15,700	- But we see what's happening with... - And the other thing is with the terrorists...	Ma con i terroristi...
256	00:17:15,900 --> 00:17:20,650	You have to take out their families, when you get these terrorists you have to take out their families.	dobbiamo far fuori le loro famiglie / e basta.
257	00:17:20,850 --> 00:17:23,450	They care about their lives, don't kid yourself.	Ci tengono eccome alle loro vite.
258	00:17:23,650 --> 00:17:27,250	- Mr Trump... - What they say, they don't care about their lives but you have to take out their families.	Dicono di non tenerci, / ma dobbiamo ucciderle.
259	00:17:28,000 --> 00:17:32,900	That is the front runner for the Republican nomination advocating a war crime.	È il candidato repubblicano / e appoggia un crimine di guerra.
260	00:17:33,100 --> 00:17:37,100	And he might say he was joking, or he's changed his mind about any of these things	Potrà dire che scherzava / o che ha cambiato idea.
261	00:17:37,300 --> 00:17:40,400	and private individuals are allowed to change their minds, we all do it.	Tutti i privati cittadini possono.
262	00:17:40,800 --> 00:17:45,000	But when he's sworn in as President on January 20th 2017,	Ma quando il 20 gennaio 2017 / presterà giuramento,
263	00:17:45,200 --> 00:17:50,000	on that day his opinions are going to matter and you'll remember that date,	le sue opinioni conterranno / e allora ricorderemo quella data.
264	00:17:50,300 --> 00:17:56,300	'cause it's the one when time travellers from the future will come to, to try and stop the whole thing from happening.	Sarà il giorno in cui, dal futuro, / verranno a evitare che questo accada.
265	00:17:57,100 --> 00:17:58,100	And listen...	Attenzione...
266	00:17:58,300 --> 00:18:03,400	I get that the character of Donald Trump is entertaining,	Posso capire che il personaggio / Donald Trump sia interessante.
267	00:18:03,600 --> 00:18:08,100	and that he says things that people want to hear, and I know his very name is powerful.	Dice ciò che la gente vuol sentire / e il suo nome è potente.
268	00:18:08,300 --> 00:18:11,350	Just listen to this one supporter explain what it means to her.	Sentite questa sostenitrice:

269	00:18:11,550 --> 00:18:13,050	I was a little girl,	Ero piccola.
270	00:18:13,250 --> 00:18:18,250	I didn't even know what Trump Towers were, but I knew that he was a wealthy successful man.	Non sapevo niente di Trump, / solo che era un uomo di successo.
271	00:18:18,450 --> 00:18:23,800	- Somehow... even as a very young kid, the word Trump sort of meant rich. - It meant success.	- Quindi Trump significava ricchezza. / - Significava successo.
272	00:18:24,000 --> 00:18:28,000	She's not even wrong. Trump does sound rich, it's almost onomatopoeic.	Non ha neanche torto. / Trump è quasi onomatopeico.
273	00:18:28,200 --> 00:18:34,200	Trump! It's the sound produced when a mouthy servant is slapped across the face with a wad of thousand-dollar bills.	Trump è il suono di uno schiaffo / dato a un servo con una mazzetta.
274	00:18:34,400 --> 00:18:38,700	Trump! It's the sound of a cork popping on a couple's champagne-iversary	Trump è il suono del tappo / dello champagne di una Coppietta
275	00:18:38,900 --> 00:18:42,000	the day the renovations in the wine cellar were finally completed.	all'inaugurazione della loro cantina.
276	00:18:42,400 --> 00:18:45,600	The very name Trump is the cornerstone of his brand.	È il suo nome / il cardine del suo marchio.
277	00:18:45,800 --> 00:18:51,000	If only there were a way to uncouple that magical world from the man he really is.	Se solo si potesse separare / questo mondo fittizio dalla realtà.
278	00:18:51,200 --> 00:18:53,300	Well, guess what? There is.	Indovinate? Un modo c'è.
279	00:18:53,500 --> 00:18:57,800	Because it turns out that the name Trump was not always is family's name.	Infatti, Trump / non è sempre stato il suo cognome.
280	00:18:58,000 --> 00:19:03,700	One biographer found that a prescient ancestor had changed it from, and this is true, Drumpf.	Un biografo ha attestato / che un suo avo lo cambiò da Drumpf.
281	00:19:04,100 --> 00:19:07,200	Yes, fucking Drumpf!	Proprio così, Drumpf!
282	00:19:07,400 --> 00:19:11,000	And Drumpf is much less magical.	E Drumpf è molto meno affascinante.
283	00:19:11,500 --> 00:19:17,500	It's the sound produced when a morbidly obese pigeon flies into the window of a foreclosed Old Navy.	È il suono di un piccione obeso / planato sulla vetrina di un outlet.
284	00:19:17,700 --> 00:19:18,900	Drumpf!	Drumpf!
285	00:19:19,200 --> 00:19:24,300	It's the sound of a bottle of store brand root beer falling off the shelf	È una bottiglia di spuma / che cade in una stazione di servizio.

		in a gas station mini mart.	
286	00:19:24,500 --> 00:19:27,800	And it may seem weird to bring up his ancestral name,	Sarà strano ripescare / il nome dei suoi avi,
287	00:19:28,000 --> 00:19:32,000	but to quote Donald Trump, he should be proud of his heritage.	ma citando proprio Trump: / rinnega le sue origini?
288	00:19:32,400 --> 00:19:36,700	Because Drumpf is much more reflective of who he actually is.	Drumpf è più indicativo / dell'uomo che realmente è.
289	00:19:36,900 --> 00:19:42,650	So, if you're thinking of voting for Donald Trump, the charismatic guy promising to make America great again	Perciò, se pensate di votare Trump, / che vuole ridare lustro all'America,
290	00:19:42,850 --> 00:19:48,850	stop and take a moment to imagine how you'd feel if you just met a guy named Donald Drumpf.	fermatevi un attimo e immaginate / di incontrare uno di nome Drumpf.
291	00:19:49,800 --> 00:19:54,400	A litigious serial liar with a string of broken business ventures	Un bugiardo incallito e litigioso / con una serie di affari avventati
292	00:19:54,600 --> 00:19:58,400	and a supporter of a former Klan leader who he can't decide whether or not to condemn.	che non sa se condannare / un ex leader del K.K.K.
293	00:19:58,600 --> 00:20:03,800	Would you think he would make a good President, or is the spell now somewhat broken?	Potrà essere un buon presidente, / o l'incantesimo si è rotto?
294	00:20:04,300 --> 00:20:08,800	And that's why tonight I'm asking America to make Donald Drumpf again.	Quindi stasera vi chiedo / di ridare lustro a Donald Drumpf.
295	00:20:12,200 --> 00:20:16,850	We've actually filed paperwork to trademark the name Drumpf,	Siamo già pronti / a registrare il marchio Drumpf.
296	00:20:17,050 --> 00:20:21,250	and incidentally, when we own it, I will have the best word.	Una volta registrato, / ce l'avrò io la parola migliore.
297	00:20:22,100 --> 00:20:25,900	And if you go to donaldjdrumpf.com, which we own,	Se andate su questo sito,
298	00:20:26,100 --> 00:20:31,000	you can download a Drumpfinator Chrome extension which will replace the word Trump with Drumpf	potrete scaricare un'app / che sostituirà Trump con Drumpf
299	00:20:31,200 --> 00:20:33,000	wherever it appears in your browser.	quando compare sul browser.
300	00:20:33,200 --> 00:20:37,400	And you can also buy these "make Donald Drumpf again" hats,	Potete comprare i cappellini / "make Donad Drumpf again",
301	00:20:37,700 --> 00:20:42,100	which we are selling at cost, meaning we've chosen not to make a profit,	che vendiamo a prezzo di costo, / senza scopo di lucro,
302	00:20:42,300 --> 00:20:46,600	a fact which will probably irritate Mr Drumpf more than anything else I've said	cosa che irriterà Mr. Drumpf / più di ogni altra.

		tonight.	
303	00:20:46,800 --> 00:20:52,800	And if you're thinking, well that's all great, but I wish there was a new campaign anthem for Donald Drumpf, well here it is now.	E se volete pure un nuovo inno / per la campagna di Drumpf, esiste.
304	00:20:53,400 --> 00:20:55,000	Here it is right now.	Eccolo qua.
305	00:20:55,200 --> 00:21:00,900	Because listen, we cannot keep getting blinded by the magic of his name.	Non possiamo rimanere ancora ciechi / di fronte alla magia del suo nome.
306	00:21:01,100 --> 00:21:05,600	We need to see him through fresh eyes, so please don't think of him as Donald Trump.	Va guardato con occhi diversi: basta con Donald Trump.
307	00:21:06,000 --> 00:21:08,000	Think of him as something else.	Immaginatelo diversamente.
308	00:21:08,700 --> 00:21:09,900	Donald Drumpf.	# Donald Drumpf #
309	00:21:10,100 --> 00:21:14,900	Don't vote for him 'cause tells it like it is, he's a bullshitter.	Non votatelo perché dice le cose / come stanno, è un cazzaro.
310	00:21:15,700 --> 00:21:20,000	Don't vote for him 'cause he's tough, he's a baby with even smaller fingers.	Non votatelo perché è un duro, / ha le dita più piccole di un bimbo.
311	00:21:20,700 --> 00:21:25,100	Don't vote for him because he's a builder, he's more of a shitty lifestyle brand.	Non votatelo / per il suo cazzo di brand alla moda.
312	00:21:27,300 --> 00:21:29,300	And that is our show.	E questo è il nostro show.
313	00:21:30,100 --> 00:21:33,650	Mr Trump, I await your lawsuit in the morning.	Mr. Trump, domani / mi aspetto la sua querela.
314	00:21:33,850 --> 00:21:38,250	I have no doubt the complaint will be signed in gold Sharpie.	Sono sicuro che la scriverà / con un pennarello dorato.
315	00:21:38,700 --> 00:21:40,200	Goodnight!	Buonanotte!
316	00:21:41,800 --> 00:21:45,800	Donald Drumpf, Donald Drumpf.	# Donald Drumpf Donald Drumpf #

3.4.2. *Analisi traduttologica dei principali problemi di traduzione*

I sottotitoli relativi all'estratto in questione sono 316 per 21 minuti e 45 secondi di tempo. Di questi, 206 sono sottotitoli formati da due linee, 110 sono costituiti da una sola linea. Oltre a

questi, c'è un sottotitolo, non incluso nella numerazione perché appare in contemporanea ai sottotitoli numero 71 e 72, che traduce una didascalia che compare sullo schermo. Inoltre, 7 sottotitoli sono stati posizionati in alto per evitare problemi di sovrapposizione con le didascalie sullo schermo o con elementi che ne pregiudicassero la visibilità.

Per quanto riguarda le caratteristiche elencate nel paragrafo 1 di questo capitolo, occorre precisare che 11 di questi sottotitoli hanno una permanenza sullo schermo inferiore a 1 ½ secondi, ma comunque superiore o uguale a 1, rispettando quindi le norme più recenti riguardanti i tempi di esposizione dei sottotitoli. Sono invece 36 i sottotitoli per i quali Subtitle Workshop segnala un eccesso di caratteri per secondo, ma una buona parte di questi (16) registrano un eccesso di massimo tre caratteri, una quantità irrisoria se pensiamo che anche gli spazi e i segni d'interpunzione rientrano nel conteggio dei caratteri, ma non sono elementi che il fruitore deve leggere e comprendere. Non sono, in altri termini, caratteri in più che possono compromettere la lettura completa di un sottotitolo da parte dello spettatore. Un caso eclatante è quello del sottotitolo numero 308, dove i caratteri in eccesso sono due e corrispondono ai cancelletti a inizio e fine sottotitolo che stanno a indicare il testo di una canzone, oppure quello del numero 162, dove i caratteri in eccesso coincidono con le virgolette utilizzate per riportare una citazione.

Gli altri casi rappresentano un compromesso per evitare una perdita di informazioni troppo marcata o la scomparsa di VEH e dunque di qualsiasi effetto comico. Al fruitore, di tanto in tanto e in casi isolati, sarà richiesto uno sforzo supplementare per leggere un sottotitolo più lungo del dovuto, ma potrà avere una maggiore completezza d'informazione e almeno un sentore della comicità del prodotto originale. La media dei caratteri per secondo dell'intero file dei sottotitoli in italiano è di 12 caratteri per secondo e quindi rientra comunque nei termini indicati da Pedersen (2011).

Infine, mi sono avvalso dei dati statistici forniti da Subtitle Workshop per verificare la differenza nel numero di parole del file originale e di quello dei sottotitoli in italiano: si registra una riduzione del 34%, in linea con i dati teorici forniti da Gottlieb (1997).

Veniamo ora all'analisi dei casi specifici per i quali è stato necessario ricorrere a determinate strategie o a riflessioni più profonde. Di seguito, dunque, riporterò, suddivisi in sezioni tematiche, i sottotitoli presi in esame con la relativa trascrizione in lingua originale, seguiti dalla spiegazione delle scelte traduttive ricollegandomi alle spiegazioni teoriche fornite nei capitoli 1 e 2. Tutti i sottotitoli sono consultabili anche nella tabella delle pagine precedenti.

3.4.2.1. *Trattamento di un ECR tramite strategie source-oriented*

- (6) “but he has now won three states, has been endorsed by Chris Christie”
“ma ora ha vinto in tre stati, / è sostenuto da Christie”

Il riferimento è Chris Christie, un politico statunitense appartenente al partito repubblicano e candidato alle ultime presidenziali fino al momento in cui ha deciso di sostenere Donald Trump, come si evince dalla spiegazione del conduttore. In questo frangente, ho optato per la “conservazione” parziale del riferimento culturale, omettendo il nome (Chris) per ridurre il numero di caratteri, già in eccesso rispetto al tempo di permanenza del sottotitolo sullo schermo. Ovviamente, il riferimento culturale non poteva essere sostituito né omesso, dato che sarebbe venuta meno la componente informativa del discorso. Il fruitore ideale, inoltre, può presumibilmente disporre della sufficiente conoscenza enciclopedica per sapere chi è Chris Christie o, nel peggiore dei casi, può comunque intuire facilmente che si tratti di un esponente politico statunitense coinvolto nelle ultime elezioni presidenziali.

- (228) “And that is who we have seen in The Apprentice or WrestleMania or Home Alone 2.”
“in "The Apprentice", "WrestleMania" / o "Mamma ho riperso l'aereo".”

Questo è un esempio da manuale di riferimenti culturali extralinguistici di tipo intertestuale. John Oliver cita tre prodotti audiovisivi: “The Apprentice” e “WrestleMania” sono due programmi televisivi trasmessi anche in Italia con gli stessi titoli, per cui si poteva tranquillamente tradurre con la strategia della “conservazione”. Diverso, invece, il caso di “Home Alone 2”, che essendo il sequel di un film molto famoso e che ha avuto un gran successo in Italia con il titolo “Mamma ho perso l'aereo”, si intitola “Mamma ho riperso l'aereo” e quindi non c'era motivo per non utilizzare questo “equivalente ufficiale”. L'uso di un “equivalente ufficiale” non rientra né tra le strategie orientate alla cultura di partenza né tra quelle orientate alla cultura di arrivo semplicemente perché non è considerata una strategia traduttiva dal momento che si tratta di una traduzione “pronta all'uso” e su cui il traduttore non deve operare alcuna riflessione aggiuntiva.

- (7) “and polls showed him leading in most Super Tuesday states, which is a big deal.”

“ed è in vantaggio / nelle primarie del Super Tuesday.”

Il riferimento culturale del sottotitolo numero 7, d'altro canto, è di tipo monoculturale, ovvero relativo alla sola cultura di partenza e legato in particolar modo alla sfera della vita politica americana. Il cosiddetto *Super Tuesday*, infatti, designa il giorno in cui l'elettorato della maggior parte degli stati federati degli Stati Uniti si reca alle urne per nominare il candidato presidente dei due principali partiti, quello democratico e quello repubblicano. Ecco perché, nella traduzione, ho optato per la “specificazione” del riferimento culturale tramite l'aggiunta del termine “primarie” per spiegare allo spettatore a cosa si riferisse, grosso modo, il termine *Super Tuesday*. Infine, ho deciso di conservare il termine inglese anziché ometterlo o renderlo con l'equivalente “Supermartedì” (o “Super martedì”) perché tale termine, oltre a essere attestato anche i articoli di testate giornalistiche italiane (Il Post, Wired: online 2016) compariva in una didascalia collegata a un'immagine contemporaneamente al discorso del conduttore e di conseguenza mi sembrava preferibile lasciare intatto questo preciso riferimento per lo spettatore, che doveva solo essere guidato a una maggiore comprensione attraverso la strategia della “specificazione” di cui ho detto.

Per completezza d'informazione, è giusto precisare che tale termine si ripresenta anche nel sottotitolo successivo: in questo caso, dato che avevo già proceduto alla specificazione nel sottotitolo precedente, ho potuto optare per la “conservazione” o *retention* del riferimento senza alcuna modifica o aggiunta di informazioni supplementari.

3.4.2.2. *Trattamento di un ECR tramite strategie target-oriented*

(81) “because up until the convention, he can pay himself back for the loan with campaign funds,”
“perché entro luglio 2016 / può recuperare questi soldi.”

Per questo sottotitolo occorre valutare la resa di un altro riferimento, questa volta relativo alla convention del partito repubblicano, che è poi iniziata il 18 luglio 2016 a Cleveland. Ho scartato in prima istanza la conservazione totale del riferimento (convention del partito repubblicano) perché troppo lungo per poterlo inserire nel sottotitolo. In un secondo momento, ho considerato di difficile disambiguazione una conservazione parziale del riferimento (convention) perché lo spettatore avrebbe potuto legittimamente chiedersi di quale convention si trattasse. In ultima analisi, la soluzione più chiara e più redditizia è stata quella

di inserire un elemento temporale in sostituzione del riferimento originale, di modo che lo spettatore potesse capire che al tempo della diretta dell'episodio, Donald Trump aveva ancora alcuni mesi per riavere indietro i soldi devoluti personalmente a finanziamento della sua campagna, che è poi il senso del discorso proposto da John Oliver e ciò che effettivamente doveva essere trasmesso all'audience target. Si tratta, quindi, di una “generalizzazione” del riferimento culturale, parafrasato da un semplice elemento temporale che non costituisce un ulteriore ECR, ma serve solo per favorire la comprensione del pubblico target e l'intento comunicativo del conduttore.

(96) “and ever since the editor Graydon Carter says he receives envelopes from Trump,”
“Da allora, l'editore / riceve lettere da Trump”

John Oliver menziona l'editore della rivista *Spy*, Graydon Carter. Ora, per lo spettatore italiano non fa molta differenza sapere il suo nome e cognome, bensì è sufficiente che comprenda che la persona di cui si parla è appunto l'editore di tale rivista. Per questo motivo, ho operato anche in questo caso una “generalizzazione”, optando per la professione della persona in questione senza conservare anche il riferimento alla sua identità, anche per ragioni di equilibrio tra numero di caratteri e tempo di permanenza del sottotitolo sullo schermo. Come si può notare, anche in questa occasione ciò che si ottiene è la scomparsa di un ECR, come avviene nella maggior parte dei casi in cui si opera una “generalizzazione”.

(122) “I went to an Ivy League School,”
“Ho fatto un'università prestigiosa.”

Ecco un altro caso di ECR monoculturale. Sono definite *Ivy League School* le otto più prestigiose ed elitarie università private degli Stati Uniti d'America. Ho ritenuto che la “conservazione” di un riferimento così culturospecifico sarebbe potuta risultare di difficile comprensione anche per lo spettatore modello, pure immaginandolo particolarmente ferrato sulla cultura statunitense. Per questa ragione, ho optato per una “generalizzazione” tramite una parafrasi che spieghi l'ECR in questione nel minor numero di caratteri possibili.

(283) “It's the sound produced when a morbidly obese pigeon flies into the window of a foreclosed
Old Navy.”

“È il suono di un piccione obeso / planato sulla vetrina di un outlet.”

Questo sottotitolo, oltre a essere un esempio di VEH, propone un ECR, nella fattispecie un riferimento a una catena di negozi americana denominata “Old Navy”. Si tratta di negozi di abbigliamento molto economici e per tutta la famiglia, quindi ideale per mettere in contrapposizione la ricchezza di Trump e la sua diversa immagine proiettata dal cognome Drumpf, considerato meno affascinante. Per tradurre questo riferimento, c'erano molteplici opzioni: la conservazione del riferimento a quel negozio era sconsigliabile perché in Italia non esiste e lo spettatore non ne avrebbe quindi colto il senso. La “sostituzione” di tipo culturale, d'altro canto, era attuabile: avevo pensato, inizialmente, di utilizzare un riferimento a un negozio italiano altrettanto economico come Oviessa, ma in questo caso temevo il cosiddetto gap di credibilità che lo spettatore poteva avvertire, dato che in questo caso è in America che non esiste questa catena di negozi. Un altro negozio che mi era venuto in mente era Zara, questo sì presente negli Stati Uniti. Il nome corto dell'azienda, inoltre, era particolarmente indicato per introdurlo nel sottotitolo. In secondo luogo, però, mi sono reso conto che nell'immagine che compare contemporaneamente alla battuta del conduttore, è abbastanza visibile, anche se a specchio, il nome del negozio Old Navy, ragione per cui, in ultima analisi, ho optato per una “generalizzazione” tramite l'iperonimo “outlet”, che indica tutti quei negozi che vendono prodotti a basso costo. Con questa soluzione, si conserva l'idea di introdurre un elemento sinonimo di convenienza intorno alla “nuova” figura di Drumpf, mantenendo così l'intento comunicativo del conduttore e anche quello comico veicolato dal VEH.

(285) “It's the sound of a bottle of store brand root beer falling off the shelf in a gas station mini mart.”

“È una bottiglia di spuma / che cade in una stazione di servizio.”

Per il sottotitolo 285 ho operato una “sostituzione” di tipo culturale. Negli Stati Uniti d'America, la “root beer” è una bevanda abbastanza comune, ma non si può dire altrettanto in Italia. Per questa ragione, può essere considerata un ECR monoculturale, quindi poco accessibile al pubblico target. La sua traduzione letterale sarebbe birra di radice, ma non mi convinceva, oltre a essere una resa gravosa in termini di numero di caratteri. Andando a vedere quali sono le caratteristiche di questa bevanda, ho considerato che una bevanda simile per colore e, chissà, gusto, potesse essere la spuma, che in Italia è comune, anche se meno rispetto ad altre, un po' come può esserlo la “root beer” in America rispetto alla birra

tradizionale. Inoltre, per lo stesso ragionamento relativo al sottotitolo 283, ho cercato qualcosa che non fosse esattamente “alla moda” e che fosse quindi ideale in questo quadretto scialbo costruito intorno al nome Drumpf rispetto a quello sfarzoso intorno al nome Trump.

3.4.2.3. *Impossibilità di utilizzare strategie target-oriented*

(36) “Or the NFL, or...”

“O la NFL, o...”

Questo sottotitolo rappresenta l'occasione per parlare dell'impossibilità di utilizzare una risorsa *target-oriented*, nella fattispecie la “sostituzione” di fronte a certi riferimenti culturali extralinguistici, a causa della presenza di immagini che contraddistinguono tali riferimenti. In questo frangente, John Oliver fa un'analogia tra Trump e la NFL, la lega nazionale del football americano. Se avessimo voluto rendere ancora più chiaro a uno spettatore italiano il concetto che Oliver intendeva esprimere, avremmo potuto sostituire quel riferimento, radicato nella cultura del prodotto originale, con uno come, per esempio, la FIFA, legata anch'essa allo sport e non priva di lati oscuri proprio come Oliver vuole far intendere in questo contesto per la NFL. Inoltre, proprio Oliver in altri episodi del suo programma aveva presentato il tema della FIFA (si veda il sottoparagrafo 2.4.6.), altro motivo che la rendeva una risorsa plausibile per un'eventuale sostituzione culturale del riferimento, perché è la dimostrazione che il riferimento alla FIFA non risulterebbe eccessivamente *target-oriented*. Ciò che non permette l'uso di tale strategia è il fatto che mentre il conduttore cita la NFL, appare l'immagine del logo della lega americana e dunque il traduttore deve rimanere coerente con le immagini che compaiono sullo schermo. Ad ogni modo, il termine NFL non dovrebbe essere di difficile disambiguazione per lo spettatore ideale. Si presume, infatti, che per interessarsi a un programma di questo tipo, lo spettatore nutra anche un'inclinazione naturale a interessarsi ai temi che caratterizzano gli Stati Uniti d'America, tra cui, presumibilmente, quello sportivo.

(116) ““I'll sue you” is Trump's version of “bazinga”.”

““Ti querelo” / è la sua versione di “bazinga”.”

In questo sottotitolo si paragona l'abitudine di Donald Trump di minacciare di querelare i propri interlocutori con il tormentone (“bazinga!”) del personaggio Sheldon Cooper della nota

serie televisiva Big Bang Theory. Anche in questo caso, analogamente al sottotitolo numero 36 di cui sopra, era inevitabile conservare il riferimento originale a causa della presenza di un'immagine che identifica appunto quel riferimento, che stavolta è di tipo intertestuale perché si riferisce a un'altra serie televisiva. Per quanto riguarda l'effetto comico di questo caso di VEH, il traduttore può confidare sul fatto che lo spettatore modello conosca la serie televisiva americana in questione, che viene trasmessa, doppiata in italiano, anche su alcune emittenti televisive italiane del gruppo Mediaset e su alcuni canali delle pay-tv dedicati alle serie tv. Inoltre, questa battuta del personaggio di Sheldon Cooper è stata conservata tale e quale nel doppiaggio in italiano, fattore che incrementa la possibilità che anche il pubblico target colga il riferimento.

3.4.2.4. *Coerenza con la mimica del conduttore*

(51) “And then just last year he claimed falsely to have turned down an invite to appear on this "very boring" show.”

“Poi menti e disse che rifiutò / l'invito a questa “barba” di show.”

Per questo sottotitolo, mi preme sottolineare il tentativo di far coincidere un elemento della gestualità del conduttore con il testo tradotto. Ho infatti evidenziato in precedenza come certi elementi relativi alla mimica, alla gestualità e alla prosodia siano ai limiti dell'intraducibile: tuttavia in determinate circostanze è possibile fare qualcosa. In merito a questo sottotitolo, John Oliver esplicita il gesto delle virgolette per citare le testuali parole di Trump in merito al suo show, ritenuto “molto noioso”. Nel sottotitolo tradotto, ho usato questa gestualità a mio favore per poter introdurre, appunto tra virgolette, un modo di dire che trasmettesse l'idea di noia (“barba”, specialmente nella locuzione “che barba”). Inoltre, questo espediente mi ha permesso di ridurre il numero di caratteri rientrando nel limite dei 37 caratteri per linea e rispettando il numero di caratteri per secondo.

(178) “I will take a massage chair, an indoor waterfall, and eight and half pounds of the finest meat in America.”

“Prendo una poltrona, una fontana zen / e le bistecche migliori d'America.”

Anche questo è un esempio di una resa condizionata dalla gestualità del conduttore. Oliver ha

parlato della strana scelta di vendere bistecche nel grande magazzino “The Sharper Image” e ora elenca tre acquisti, totalmente diversi tra loro, che si possono fare in un negozio del genere. Il fatto che il conduttore conti con le dita delle mani mi ha in qualche modo costretto a elencare lo stesso numero di cose della voce originale, cioè tre. Di conseguenza, ho dovuto omettere i dettagli di questi oggetti: “massage chair” è diventata una semplice poltrona e la “indoor waterfall” è stata ridimensionata a una fontana zen, ma così facendo ho potuto mantenere lo stesso numero di elementi e c'è così coerenza tra la gestualità del conduttore e ciò che viene effettivamente tradotto per il pubblico target.

(190) “and five of them are great, great, terrific, Trump and Trump.”
“5 sono grande, gran, / strepitosa, Trump e Trump.”

Come per il sottotitolo precedente, in questa circostanza occorre far coincidere la gestualità del conduttore con il testo del sottotitolo, dato che John Oliver conta con le dita delle mani le parole utilizzate da Trump per descrivere la sua società di mutui. Se gli elementi elencati nel testo del sottotitolo non coincidessero con la gestualità del conduttore, lo spettatore potrebbe avvertire la fastidiosa sensazione di ricevere informazioni errate o incomplete, sentendosi tradito dalla traduzione di cui fruisce. Infine, in questo caso specifico era necessario far coincidere non solo il numero di parole, ma esattamente le parole che Trump aveva enunciato nel filmato immediatamente precedente, per motivi di coesione testuale. Questi due fattori che intervengono contemporaneamente limitano le scelte del traduttore a livello lessicale e sintattico al punto che la soluzione proposta è presumibilmente l'unica possibile in questo particolare contesto, a meno di non modificare i sottotitoli riguardanti le parole di Trump all'interno del filmato dei secondi precedenti al sottotitolo in questione.

3.4.2.5. *Spostamento di linee di sottotitoli in alto*

(71a) “DONALD TRUMP: I DON'T LIE”
“DONALD TRUMP: NON MENTO”

Si tratta di un sottotitolo posizionato in alto per tradurre una didascalia contemporanea al dialogo tra Trump e la propria intervistatrice in un breve estratto di un filmato montato a sostegno dell'argomentazione di Oliver. La tendenza è stata quella di non tradurre le

didascalie, spesso non influenti ai fini della comprensione. D'altro canto, in questo caso specifico, la didascalia si inseriva alla perfezione nell'economia dell'argomento che il conduttore stava trattando, ovvero la presunta sincerità di Donald Trump. Traducendo questa didascalia, infatti, si dà maggior risalto a questo tema, fornendo un elemento ideale di coesione testuale da sfruttare anche per il sottotitolo 74, in cui si ribadisce il concetto (“Donald Trump: io non mento”; “sono ricco quindi non mento”).

3.4.2.6. Tradurre l'umorismo

(75) “has the same internal logic as I'm a vegan therefore I know karate.”
“È come dire che sono vegano, / quindi so fare karate.”

Questa è una di quelle battute che Zabalbeascoa definirebbe *chiste internacional* in quanto non include riferimenti culturali (ECR) che necessitino di eventuali riflessioni sulle strategie da adottare, bensì è una frase che può suscitare un sorriso o una risata nel pubblico a prescindere dalla sua cultura, dalle congiunture politico-sociali e dal bagaglio enciclopedico di cui dispone. In un caso come questo, quindi, è sufficiente tradurre con i corrispettivi della lingua di arrivo dei termini presenti nel testo di partenza (“vegan”/“vegano”; “karate”/“karate”). In realtà, è una frase che vuole solo dimostrare l'assurdità di un'affermazione precedente di Trump e quindi si basa sul nonsense: si potevano mettere a confronto due qualsiasi elementi senza nulla in comune e proprio per questo, non c'è motivo di non usare quelli scelti dal conduttore nella versione originale del prodotto.

(123) “I am very highly educated, I know words, I have the best words.”
“Sono colto, conosco le parole, / le migliori parole.”

Se il sottotitolo 123 venisse letto a sé stante, potrebbe sembrare ai limiti della scorrettezza sintattica o quanto meno in un italiano inusuale. Uno dei trucchi del sottotitolatore, tra l'altro, è evitare le ripetizioni per risparmiare caratteri utili ad aggiungere informazioni di altro tipo. In questo caso però, sono proprio le ripetizioni che usa Trump a costituire un esempio di umorismo del tipo “linguistico-formale” che John Oliver sfrutterà pochi secondi dopo, in corrispondenza, come vedremo, del sottotitolo 125. Era quindi importante che la parola “parole” venisse ripetuta (l'aspetto linguistico) e anche che si emulasse la sua costruzione

sintattica del discorso (l'aspetto formale), che contribuisce alla comicità di quel frangente, come dimostrano le risate del pubblico presente in studio.

(125) “Literally the biggest word in the sentence "I have the best words" is the word "words".”

“La parola migliore in quella frase / è proprio la parola “parole”.”

Per quanto concerne esclusivamente il sottotitolo 125, nella versione originale il conduttore ripete la frase incriminata corrispondente al numero 123, ma per motivi di spazio non era possibile citarla di nuovo, anche se era la base del gioco umoristico. Per compensare in qualche modo a tale compromesso, ho optato per la ripetizione della parola “parola” in corrispondenza di “parole” per dare quella sensazione di ripetitività che nella voce originale era trasmessa attraverso la completa citazione della frase precedente e per conservare parzialmente l'effetto comico che la ripetizione produce. Inoltre, non è casuale l'utilizzo di un vocabolo come “proprio”, che crea allitterazione con “parola” e “parole”, ricreando lo stesso effetto allitterante dell'accostamento delle parole inglesi “word” e “words” ripetute più volte.

3.4.2.7. *Usa degli espletivi ed eventuale rapporto con l'umorismo*

(159) “They don't want just any white t-shirt, they want one designed by a bored sociopath with a finger-free anus.”

“Vogliono proprio quella disegnata / da un sociopatico vergine dal culo.”

“Bored sociopath with a finger-free anus”. Questo bel climax che Oliver usa per descrivere alla sua maniera Kanye West è chiaramente un caso esemplare di VEH per l'audience della cultura di origine con un chiaro riferimento a una notizia di gossip secondo cui Kanye West avrebbe risposto così alle provocazioni di Amber Rose: “She never stick no fingers in my ass” (Spin Magazine 2016: online). Se anche lo spettatore italiano non fosse a conoscenza di un tale pettegolezzo, l'effetto comico, come per l'originale, sarebbe comunque garantito da questo uso marcato del VEH per riferirsi al signor West. Dovendo scegliere quale dei tre elementi fosse il meno connotato per suscitare la comicità e quindi da omettere per rientrare nel numero limite di caratteri, ho deciso di eliminare il più debole dei tre (“bored”) per ricorrere a quelli più forti, l'ultimo dei quali ai limiti della volgarità. Questo, inoltre, è uno dei pochi casi in cui ho potuto compensare il fatto di smorzare certe espressioni gergali, come ho preferito

fare in altri casi, utilizzando invece un'espressione più forte: nel sottotitolo numero 68, per esempio, ho edulcorato la traduzione rispetto al testo originale, traducendo “fuck off” con un'espressione più morbida come “vai a quel paese”, soluzione che comunque non dovrebbe pregiudicare l'effetto comico del VEH:

(68) “I don't care about that in any way, please fuck off, I have a banana.”

“Chi se ne frega, / vai a quel paese, ho una banana.”

Nel contesto del sottotitolo 159, invece, ho utilizzato il termine “culo”, più gergale rispetto al corrispettivo “anus”. La compensazione è una tecnica che può risultare fondamentale per un sottotitolatore: il fatto di essere costretti a omettere o limitare espletivi o volgarismi può essere bilanciato “tirando il carico” in altre circostanze, di modo che alla fine l'effetto globale sia simile per chi fruisce del prodotto originale e chi di quello tradotto.

(169) “And, of course, the travel booking site gotrump.com,”

“e il sito di viaggi gotrump.com,”

(171) “gotrump.com featured a single thing worth masturbating to.”

per chi sperava di trovarci / un motivo per masturbarsi.

Questo è un esempio di VEH costruito su di un gioco di parole, forse una delle eventualità più complesse da tradurre. In questa circostanza era del tutto intraducibile, dato che Oliver costruisce un brillante gioco di parole con il nome del sito di viaggi di Donald Trump (go Trump) che può anche essere interpretato come “got rump”. “Rump” è una parola colloquiale inglese che indica il sedere, ed ecco che in questo modo il conduttore può costruire la battuta seguente sul “motivo per masturbarsi”. Nella traduzione in italiano, non era ovviamente ipotizzabile inventarsi un gioco di parole analogo, perché non è possibile modificare un riferimento al mondo reale come il nome di un sito web. Inoltre, anche in questo caso, compare in contemporanea un'immagine del logo di questa agenzia di viaggi e un'altra in cui si vede chiaramente l'indirizzo web digitato sulla barra di ricerca di un browser. Questo è uno dei casi in cui il traduttore si deve rassegnare all'impossibilità di veicolare qualsiasi sfaccettatura del prodotto originale e si deve impegnare, nel limite delle sue possibilità, a dare per lo meno una sensazione di ciò che è stato ideato nella lingua originale e per il pubblico

della cultura di partenza per giustificare anche le fragorose risate del pubblico dello show, un altro problema che concerne la resa dei VEH. Lo spettatore, in questo frangente, può solo intuire che nel prodotto originale si è verificato un gioco di parole sentendo il conduttore scandire in modo differente il nome del sito web (si sente distintamente che Oliver dice “got rump” in un secondo momento), immaginando quindi che il riferimento sia a qualcosa di sessuale che giustifichi la battuta del sottotitolo 171.

(309) “Don’t vote for him 'cause tells it like it is, he’s a bullshitter.”

“Non votatelo perché dice le cose / come stanno, è un cazzaro.”

(311) “Don't vote for him because he's a builder, he’s more of a shitty lifestyle brand.”

“Non votatelo / per il suo cazzo di brand alla moda.”

Questi due sottotitoli, quasi a conclusione dell'estratto, dimostrano un crescendo di intensità e di utilizzo degli espletivi da parte del conduttore che merita di essere riproposto anche nei sottotitoli in italiano. Di conseguenza, due espressioni come “bullshitter” e “shitty lifestyle brand” non sono state edulcorate più di tanto proprio per meglio rappresentare il discorso sempre più pungente del conduttore, che tocca l'apice con queste ultime battute. Per cui, la scelta di tradurre la prima espressione con “cazzaro” (309) è ponderata: è una parola del gergo giovanile, forse più comune nel centro Italia, che riflette il significato del termine originale e ha pure la stessa componente di volgarità e colloquialismo. Per la seconda espressione, anche per mantenere la stessa correlazione tra le parole scelte nel monologo originale, ho tradotto con l'espressione “cazzo di brand alla moda” (311), che si lega al precedente “cazzaro” così come “shitty lifestyle brand” si lega a “bullshitter” nella versione originale.

3.4.2.8 *Coesione testuale*

(48) “He should be proud of his heritage.”

“Rinnega le sue origini?”

(287) “But to quote Donald Trump, he should be proud of his heritage.”

ma citando proprio Trump: / rinnega le sue origini?

Questa coppia di sottotitoli merita una menzione per dimostrare l'importanza della coesione anche all'interno dei sottotitoli, che sono spesso a sé stanti gli uni dagli altri e dotati ciascuno di senso compiuto, ma che favoriscono la comprensione del fruitore se hanno un nesso logico tra di loro anche a distanza. In questa circostanza, Oliver ripete le parole del tweet di Trump nei confronti di Jon Stewart che aveva citato in corrispondenza del sottotitolo numero 48: anche se si parla di quasi 17 minuti prima, è comunque importante tenere in considerazione la traduzione adottata nel primo caso e riproporla tale e quale anche in questo frangente, anche perché è il motivo che provoca una reazione divertita da parte del pubblico dello show. In altri termini, si crea un effetto comico in corrispondenza del sottotitolo numero 287 dovuto proprio alla citazione delle parole di Trump, che dovevano necessariamente essere ritradotte come nel caso del sottotitolo 48. Ecco perché ho riformulato questo sottotitolo in modo tale da poter reintrodurre la stessa domanda che John Oliver si fa e fa al suo pubblico (“rinnega le sue origini?”).

(289) “So, if you're thinking of voting for Donald Trump, the charismatic guy promising to make
America great again,”

“Perciò, se pensate di votare Trump, / che vuole ridare lustro all'America,”

(294) “And that's why tonight I'm asking America to make Donald Drumpf again.”

“Quindi stasera vi chiedo / di ridare lustro a Donald Drumpf.”

(300) “And you can also buy these "make Donald Drumpf again" hats,”

“Potete comprare i cappellini / "make Donad Drumpf again”,”

Come tradurre il motto di Trump “make America great again”? La prima soluzione che viene in mente è quella più letterale: “rifare grande l'America”. Il problema sorge quando nel sottotitolo 294, Oliver chiede agli americani di utilizzare il nome Drumpf utilizzando lo stesso motto: “make Donald Drumpf again”. “Rifare Donald Drumpf” era una soluzione che non mi convinceva affatto e quindi l'alternativa era cambiare la traduzione del motto originale. Un'espressione come “ridare lustro” può funzionare per entrambe e mi è sembrata una soluzione preferibile. Nel sottotitolo 300, tuttavia, quando Oliver parla dei cappellini che hanno prodotto con il nuovo motto da lui coniato, ecco che si presenta un terzo problema: John Oliver mostra al pubblico il cappellino, oltre alla solita immagine che compare sulla

sinistra dello schermo. Impossibile, stavolta, utilizzare la traduzione. L'unica soluzione per questo caso specifico era citare nel sottotitolo, tra virgolette, il motto stampato sul cappellino, sperando che lo spettatore colga il collegamento ai sottotitoli precedenti, aiutato dal fatto che il motto di Trump avesse fatto il giro del mondo anche nella sua versione originale. Questi tre sottotitoli sono un altro esempio dell'importanza della coesione testuale per lo svolgimento del discorso del conduttore e per la comprensione dello spettatore.

3.4.2.9. *Scelte dettate da vincoli di tempo e spazio*

(92) “because money isn't unsolicited when you have to ask for someone's credit card expiration date to receive it.”

“I soldi sono richiesti eccome / se si chiede il numero della carta.”

Prendo questo sottotitolo come esempio di tutti quei casi in cui urge fare di necessità virtù per veicolare lo stesso intento comunicativo del testo originale pur rimanendo entro i limiti delle rigide norme relative a tempo e spazio. In tal caso, il testo non presentava particolari difficoltà a livello semantico o lessicale, ma è stato necessario sostituire un'informazione originale (la data di scadenza della carta di credito) con un'altra (il numero della carta) per esprimere lo stesso senso, ovvero la necessità di richiedere alcuni dati sensibili essenziali per poter ricevere donazioni per la campagna di Trump di cui si parla in questo contesto. L'intento comunicativo è così salvaguardato anche se cambia l'informazione specifica che viene data.

3.5. **“Special immigrant visa”, 19 ottobre 2014 (s. 1, e. 21)**

Il secondo estratto sottotitolato è il segmento principale di una delle ultime puntate della prima stagione andata in onda nel 2014 e riguardante i visti necessari agli immigrati speciali per poter entrare e soggiornare negli Stati Uniti. In particolar modo, la classe di immigrati di cui si parla nell'episodio è quella degli interpreti e dei traduttori che collaborano con l'esercito statunitense nelle zone di guerra. Questo è il primo motivo per cui ho scelto questo estratto: durante la puntata si parla anche di traduzione. Questi traduttori sono essenziali per ottenere informazioni dai loro connazionali: nell'episodio, si fa riferimento a un interprete che riesce a ottenere informazioni vitali sul posizionamento delle mine antiuomo in una zona dell'Afghanistan. John Oliver ci tiene a sottolineare l'importanza di questi collaboratori nel

salvare la vita dei soldati americani al fronte, mentre le pratiche burocratiche per l'ottenimento del visto sono lunghe, faticose e non sempre vanno a buon fine. Il problema è ancora più aggravato dal fatto che, nel frattempo, i traduttori sono costretti ad aspettare la consegna del visto nel loro paese d'origine, tra la paura di ritorsioni nei loro confronti o nei confronti della loro famiglia, nonché obbligati a nascondersi o ad allontanarsi dalla propria casa. Uno di questi, Srosh, in un breve filmato di un'intervista, afferma che quando le forze della NATO e quelle americane se ne andranno dall'Afghanistan, per lui e per gli altri interpreti ci sarà il serio rischio di essere presi e uccisi. Un altro, Mohammad, che ritroveremo poi nell'intervista a conclusione dell'estratto, racconta di aver perso il padre e di aver dovuto pagare per il riscatto del fratello minore in attesa del visto necessario per giungere negli Stati Uniti. Nel finale dell'estratto, come accennato, John Oliver presenta proprio Mohammad come suo ospite e lo invita per una breve intervista. Il fatto che sia presente un'ospite e si assista quindi a un dialogo è il secondo motivo che mi ha fatto propendere per l'adattamento di questo estratto. È un'occasione, infatti, per mostrare un altro lato del programma e di presentare e tradurre diverse caratteristiche del parlato. Dal discorso perlopiù preparato di un monologo si passa a una forma di comunicazione più spontanea, che riflette quindi ancora di più i tratti del parlato accennati nel capitolo precedente (paragrafo 3, sottosezione 3.2.3), come le pause, le false partenze, i marcatori del discorso o i colloquialismi. Inoltre, il fatto che per Mohammad l'inglese non sia la lingua madre accentua questi tratti dell'oralità, oltre a far sì che l'ospite parli un po' più lentamente e commetta qualche errore di tipo linguistico durante la sua esposizione.

3.5.1. Tabella dei sottotitoli con trascrizione originale e time-code

Come per il primo episodio, vediamo ora nel dettaglio tutti i sottotitoli relativi al segmento principale dell'episodio selezionato, con la relativa trascrizione della voce originale in inglese, il time-code con i tempi di entrata e di uscita di ciascun sottotitolo e il numero del sottotitolo per facilitarne l'individuazione nel momento dell'analisi traduttologica.

#	TIME-CODE	TRASCRIZIONE ORIGINALE	SOTTOTITOLO IN ITALIANO
1	00:00:04,400 --> 00:00:10,000	Let me warn you, our main story tonight is going to end with you getting extremely angry at a donkey.	Vi avverto, alla fine della storia / sarete infuriati con un asino.

2	00:00:10,900 00:00:15,900	--> That might not make sense right now, but it is going to, so let's begin.	So che ora non ha senso, / ma poi capirete, perciò iniziamo.
3	00:00:16,100 00:00:20,250	--> Translation... We've all seen the comic ways in which it can go wrong,	Le traduzioni: / quelle sbagliate sono esilaranti,
4	00:00:20,450 00:00:25,850	--> the Chinese sign that says things like "do drunken driving" or "fuck vegetables".	come i segnali in cinese tradotti con / "guida sbronzo" o "fanculo verdure".
5	00:00:26,200 00:00:27,300	--> Ah, I mean...	Ebbene...
6	00:00:27,500 00:00:33,500	--> To be fair, yes, that's a silly sign but at the same time, fuck vegetables, am I right?	Sarà anche un cartello stupido, / però fanculo alle verdure, giusto?
7	00:00:34,200 00:00:35,700	--> Or, or...	Oppure...
8	00:00:35,900 00:00:41,200	--> Maybe you've seen the YouTube videos where people put songs like "Let it go" into Google Translate,	avrete visto i video di certe canzoni / tradotte con Google Translate,
9	00:00:41,400 00:00:44,500	--> then translate them back into English and sing the results.	ritradotte in inglese e cantate.
10	00:00:44,700 00:00:48,100	--> "Give up, give up,	# Rinunciare rinunciare
11	00:00:48,300 00:00:51,500	--> on the rise for radiation.	In aumento di radiazioni
12	00:00:51,700 00:00:55,400	--> Give up, give up,	Rinunciare rinunciare
13	00:00:55,600 00:00:58,750	--> it runs perfect woman".	Si corre donna perfetta #
14	00:00:59,500 00:01:04,300	--> I'm gonna say, that will be an amazing tone for the Frozen sequel.	Sarebbe la colonna sonora ideale / per il sequel di Frozen.
15	00:01:05,100 00:01:09,900	--> A bitter woman warbling about defeat in a radioactive ice castle.	Una donna canta la sconfitta / in un gelido castello radioattivo.
16	00:01:10,100 00:01:11,600	--> I'm in. I am in!	Ci sta alla grande!
17	00:01:12,800 00:01:17,450	--> Look, bad translation can be a lot of fun when the stakes are low.	Una cattiva traduzione è simpatica / se la posta in gioco è bassa,
18	00:01:17,650 00:01:22,800	--> but if you're in a war zone, accurate translation can be the difference between life and death.	ma nelle zone di guerra, / diventa questione di vita o di morte.
19	00:01:23,000 00:01:27,000	--> And over the last decade, good local interpreters in Afghanistan and Iraq	Dei bravi interpreti locali / in Afghanistan e Iraq
20	00:01:27,200 00:01:29,450	--> have saved countless American lives.	hanno salvato molti americani.
21	00:01:29,650	--> Let me show you an Afghani man	Questo è un afghano di nome Srosh /

	00:01:35,650	named Srosh translating a warning about some IEDs.	che traduce avvertimenti sulle mine.
22	00:01:39,250 --> 00:01:43,600	He says that there is IEDs. Someone told me that there is IEDs this way.	Dice che ci sono delle mine / e che sono qui intorno.
23	00:01:43,800 --> 00:01:46,500	If you go down there, there are piles of rocks.	Di là ci sono cumuli di rocce.
24	00:01:46,700 --> 00:01:50,400	Beyond that, we don't know where the mines are.	Oltre quelli, non sappiamo / dove siano le mine.
25	00:01:50,600 --> 00:01:54,900	They have made piles of rocks and no one should cross that point.	Quei cumuli servono / per non oltrepassare quel punto.
26	00:01:55,100 --> 00:01:56,900	Ok, thank you.	Ok, grazie.
27	00:01:57,500 --> 00:02:00,800	Did you see? That is a good message to get exactly right.	Questo è un messaggio / da non sbagliare.
28	00:02:01,000 --> 00:02:04,250	You don't want someone saying, "Oh to be honest my Pashto is a little shaky,	Non puoi dire: / "Non conosco bene il pashto,
29	00:02:04,450 --> 00:02:08,700	but there's either an IED or an Ikea behind those rocks somewhere.	dev'esserci una bomba / o forse un bimba là dietro."
30	00:02:09,100 --> 00:02:12,600	Also, I think he said something about fuck vegetables, I think."	E poi qualcosa tipo: / "Fanculo alle verdure."
31	00:02:13,500 --> 00:02:16,200	Ask any veteran and they would tell you	Chiedete ai veterani e vi diranno
32	00:02:16,400 --> 00:02:19,600	that translators risked their own lives working for us.	che i traduttori / rischiavano la vita per noi.
33	00:02:19,800 --> 00:02:23,300	And because they did that, they're permanent target for insurgents.	E per questo, / i ribelli danno loro la caccia.
34	00:02:23,500 --> 00:02:27,450	Here is what the translator you just saw, Srosh, has been up to lately.	Questo è ciò che Srosh / ha dovuto passare di recente:
35	00:02:27,650 --> 00:02:31,300	My relatives told me, "Hey Srosh, be careful".	I miei parenti mi hanno detto: / "Stai attento,
36	00:02:31,500 --> 00:02:32,950	The bad people are looking for you,	ti stanno cercando.
37	00:02:33,600 --> 00:02:35,400	and please run away.	Ti prego, scappa."
38	00:02:36,000 --> 00:02:39,600	I'm afraid of that day when NATO leaves Afghanistan,	Sarà dura / quando la Nato lascerà l'Afghanistan
39	00:02:39,800 --> 00:02:41,950	the United States forces leave Afghanistan.	e gli americani andranno via.
40	00:02:42,300 --> 00:02:44,100	It means we are done.	Per noi sarà la fine.
41	00:02:44,900 -->	They're going to catch me.	Mi prenderanno.

	00:02:46,150		
42	00:02:46,900 00:02:48,300	--> They're going to...	Mi faranno...
43	00:02:48,600 00:02:50,100	--> probably cut my head off.	Mi decapiteranno.
44	00:02:50,300 00:02:51,300	--> Probably...	Forse...
45	00:02:52,000 00:02:53,400	--> You know?	Capisci?
46	00:02:54,600 00:03:00,600	--> You're probably thinking right now we need to move heaven and earth to get that man and his family and bring them to safety.	È chiaro che dovremmo fare di tutto / per difendere lui e la sua famiglia.
47	00:03:01,000 00:03:03,900	--> And the fact that we are not is what the story is about,	Ma non è così e ne parliamo stasera.
48	00:03:04,100 00:03:08,450	--> because Srosh, like a shocking number of interpreters, has applied for visa,	Srosh è uno dei tanti interpreti / che ha richiesto il visto
49	00:03:08,650 00:03:13,900	--> but he's stuck in bureaucratic limbo, and the crazy thing is there's absolutely no good reason for that.	ma è in un limbo burocratico / che non ha alcun motivo di esistere.
50	00:03:14,100 00:03:17,500	--> Congress passed bills in 2008 and 2009	Furono approvate / delle leggi nel 2008 e 2009
51	00:03:17,700 00:03:23,000	--> providing thousands of special immigrant visas for local nationals who worked for US military.	per dare visti speciali a stranieri / che lavorano per il nostro esercito.
52	00:03:23,200 00:03:26,200	--> but despite huge demand, very few were issued.	Eppure, ne hanno emessi pochissimi.
53	00:03:26,400 00:03:32,100	--> For instance, through the Afghanistan bill we could have given out up to 1500 visas a year.	Per esempio, solo per l'Afghanistan / potevamo rilasciarne fino a 1500.
54	00:03:32,300 00:03:34,950	--> Guess how many we gave out in 2011?	Sapete quanti furono nel 2011?
55	00:03:35,150 00:03:36,650	--> It was three!	Tre!
56	00:03:36,850 00:03:41,000	--> The number of visas for Afghanis who risked their lives for us	I visti per gli afghani / che rischiarono la vita per noi
57	00:03:41,200 00:03:45,300	--> should not be so low that relatively stupid toddlers can count up to it,	riesce a contarli / anche un bambino piuttosto stupido.
58	00:03:45,900 00:03:48,250	--> or relatively intelligent horses.	O un cavallo piuttosto acuto.
59	00:03:48,450 00:03:51,800	--> One, two... Shouldn't it be more than this? Three!	Uno, due... Non ce n'è un altro? Tre!
60	00:03:53,150	--> Now, to be fair, things have	Negli ultimi anni, / le cose sono

	00:03:59,050	improved slightly recently,	leggermente migliorate,
61	00:03:59,250 00:04:02,800	--> thanks in part to pressure from groups like "The List Project" and "Irap",	anche grazie a enti / come "The List Project" o "Irap",
62	00:04:03,000 00:04:06,150	--> but it is still not moving nearly fast enough.	ma il percorso è ancora troppo lento:
63	00:04:06,550 00:04:12,550	--> Help us understand, just how difficult it is for Afghans who worked with U.S. forces to get these special visas?	Quanto è dura avere un visto speciale / per un afgano che ha collaborato?
64	00:04:12,750 00:04:17,400	--> It's next to impossible. I would say it's akin to literally winning the lottery.	È praticamente impossibile, / come vincere alla lotteria.
65	00:04:17,600 00:04:23,600	--> Yeah, but it should not be like a lottery, where the odds are terrible these people risked their lives for us.	Ma non può essere come una lotteria / per chi rischiò la vita per noi,
66	00:04:23,800 00:04:27,650	--> It should be more like a little league award ceremony where everyone's a winner	ma più come una gara per bambini, / dove vincono tutti
67	00:04:27,850 00:04:30,500	--> 'cause they're all an important part of the fucking team.	perché l'importante è partecipare.
68	00:04:31,400 00:04:32,400	--> Now...	Al momento...
69	00:04:34,850 00:04:39,550	--> There are currently thousands of interpreters with visa applications pending,	ci sono migliaia di interpreti / con richieste in sospeso.
70	00:04:39,750 00:04:44,100	--> And if you're wondering whose fault this is, the State Department has a surprising answer.	Il Dipartimento di Stato sa bene / a chi dare la colpa:
71	00:04:44,400 00:04:49,000	--> Jarrett Blanc is a Deputy Special Representative for Afghanistan and Pakistan with the State Department.	Blanc è Vice Rappresentante speciale / per l'Afghanistan e il Pakistan.
72	00:04:49,200 00:04:51,850	--> He blames some of the delays on the applicants themselves.	Incolpa dei ritardi / i richiedenti.
73	00:04:52,050 00:04:56,000	--> A lot of those people are actually, maybe not quite half of them are...	La maggioranza, / diciamo circa la metà di loro...
74	00:04:56,400 00:04:58,750	--> control their own timing essentially.	ha il controllo sulla tempistica.
75	00:04:58,950 00:05:02,550	--> They started the application or perhaps they've gone through the first step,	Ha fatto richiesta / o è al passaggio seguente,
76	00:05:02,750 00:05:06,300	--> but they need to finish their own paperwork	ma per proseguire / deve completare la modulistica.

		before we can take the next step with them.	
77	00:05:06,550 00:05:10,800	--> Ho ho ho...That is some first class victim blaming.	Davvero un bel modo / per colpevolizzare le vittime.
78	00:05:11,000 00:05:15,200	--> You are on the edge of saying, "Well, look, maybe the talibans wouldn't be following them around	È come dire: "I talebani / non vi darebbero la caccia,
79	00:05:15,400 00:05:19,500	--> if these traslators weren't dressed so slutty". Have you thought about that?	è che vi vestite da squaldrine. / Ci avete mai pensato?"
80	00:05:19,700 00:05:23,300	--> But, but since he brings up the paperwork, let's just take a look at it,	Ma vediamo un po' questa modulistica:
81	00:05:23,500 00:05:29,400	--> because applying for a special immigrant visa is a fourteen-step process which is a lot.	per richiedere un visto speciale / occorrono ben 14 passaggi.
82	00:05:29,600 00:05:33,300	--> Bear in mind that even getting off heroine only takes twelve.	Pensate un po', / per avere l'eroina ne bastano 12.
83	00:05:33,500 00:05:36,800	--> Ok... So, are you ready for this shit?	Ok... Siete pronti per questo schifo?
84	00:05:37,100 00:05:38,100	--> Let's do it.	Iniziamo.
85	00:05:38,300 00:05:43,600	--> Because first, you've got your DS157 form, this contains all your basic information.	Prima, c'è il modulo DS157 / in cui inserire tutti i vostri dati.
86	00:05:43,800 00:05:47,950	--> It also needs to come with a verification of employment letter from an H.R. Director	a questo va allegata / la lettera di assunzione
87	00:05:48,150 00:05:50,850	--> as well as a letter of recommendation from a direct supervisor.	e quella di raccomandazione / dal supervisore.
88	00:05:51,050 00:05:53,700	--> Now, if you can't find your former supervisor, which is entirely possible,	Se non riuscite a trovarlo,
89	00:05:53,900 00:05:57,800	--> don't worry, you just need a DS158 "Supervisor Locator Form",	tranquilli, basta il DS158 / da un co-supervisore,
90	00:05:58,000 00:06:01,300	--> although that will only work if your supervisor was directly employed by the military.	ma solo se è un dipendente / dell'esercito.
91	00:06:01,500 00:06:04,400	--> If they were a contractor, which they probably were, you're shit out of luck.	Se è un collaboratore, sono cazzi.
92	00:06:04,800 00:06:07,800	--> You'll also need to submit a proof of nationality form,	C'è poi il certificato di nazionalità
93	00:06:08,000 00:06:12,900	--> and a copy of your employee badge, because no one has ever lost one of	e una copia del vostro badge, / se non l'avete ancora perso.

		those.	
94	00:06:13,100 00:06:17,400	--> And once you've filled all of this in, you simply submit it for approval and then wait,	Una volta compilato tutto, / basta inviare e aspettare.
95	00:06:17,600 00:06:20,600	--> for anything between a few months and a few years	Ci vuole qualche mese o qualche anno.
96	00:06:20,800 00:06:25,650	--> And if you're approved, then congratulations, because you are at the petition stage.	Se viene approvata, congratulazioni, / siete alla seconda fase!
97	00:06:25,850 00:06:29,300	--> Ah... for this you are going to need your I360 form,	Ora avrete bisogno del modulo I360,
98	00:06:29,500 00:06:32,300	--> which is basically the DS157 form all over again,	un doppione del modulo DS157.
99	00:06:32,500 00:06:37,500	--> and remember to bring that to your interview at the U.S. embassy, although in Afghanistan, funny story,	Ricordate di portarlo al colloquio, / peccato che in Afghanistan
100	00:06:37,700 00:06:41,000	--> they're not scheduling those at the moment, partly because the system is so backed up,	il sistema sia intasato / e non li facciano più.
101	00:06:41,200 00:06:45,600	--> and partly because this whole program is set to expire at the end of the year for no fucking reason whatsoever.	Inoltre, chissà perché, / il programma scadrà a fine anno.
102	00:06:45,800 00:06:50,000	--> At this stage you as a translator may feel a little like this,	A questo punto, da traduttori, / potreste sentirvi così:
103	00:06:50,200 00:06:53,650	--> "Give up, give up,	# Rinunciare rinunciare
104	00:06:53,900 00:06:57,350	--> Tune in and slam the door".	Sintonizzarsi e sbattere la porta #
105	00:06:57,550 00:07:01,250	--> But don't, don't, because there's light at the end of the tunnel.	Ma non fate così, / c'è luce in fondo al tunnel.
106	00:07:01,900 00:07:05,400	--> Well, not light so much as the DS260 form.	Be', più che la luce, / c'è il modulo DS260.
107	00:07:05,600 00:07:11,400	--> Ah, and this little beauty contains such questions as, "are you coming to the U.S. to practice polygamy?"	Questa chicca contiene domande come: / "Venite a praticare la poligamia?"
108	00:07:12,400 00:07:15,450	--> To which I'm guessing your answer is, "Uhm, to be honest,	E penso che la risposta sia: / "Veramente,
109	00:07:15,650 00:07:18,900	--> my main plan was to not get killed by the Talibans.	il mio scopo / è sopravvivere ai talebani.
110	00:07:19,100 00:07:22,600	--> I hadn't really worked out a plan of attack for my sex life yet.	Ci penserò dopo / alla mia vita sessuale."

111	00:07:23,650 00:07:27,200	-->	But, don't worry, don't worry...	Ma state tranquilli.
112	00:07:28,500 00:07:34,200	-->	Don't worry because after all this paperwork, plus of course a visa interview, a medical examination, security clearance	Con questi moduli, il colloquio, / l'esame medico e il nulla osta,
113	00:07:34,400 00:07:37,500	-->	and paying out of pocket for passport, vaccinations, and your own plane tickets,	più passaporto, / vaccini e biglietti aerei,
114	00:07:37,700 00:07:39,600	-->	you get to come to America!	potete venire in America!
115	00:07:39,800 00:07:43,100	-->	Or, as one translator discovered, not.	Oppure, / come scoprì questo traduttore, no.
116	00:07:43,300 00:07:44,800	-->	I'm approved for an SIV.	Sono idoneo.
117	00:07:45,000 00:07:48,100	-->	Got the passport and everything is done.	Ho il passaporto e tutto il resto.
118	00:07:48,800 00:07:51,000	-->	After that, they just gave me this card.	Mi hanno dato questo avviso.
119	00:07:51,500 00:07:53,000	-->	"You will be not re-interviewed.	"Non servono altri colloqui.
120	00:07:53,200 00:07:55,400	-->	You will receive in several months your visa."	Avrà il visto tra pochi mesi."
121	00:07:55,600 00:07:57,600	-->	And this is nine months ago, so what's the problem?	Ma è di 9 mesi fa, / che è successo?
122	00:07:57,800 00:07:59,100	-->	They denied my visa.	Me l'hanno negato.
123	00:07:59,700 00:08:01,400	-->	What the fuck?	Ho capito bene?
124	00:08:02,100 00:08:07,150	-->	By now the ghost of Franz Kafka is thinking, "don't you dare to call this Kafkaesque,	Il fantasma di Kafka sta pensando: / "Non definitelo kafkiano.
125	00:08:07,350 00:08:10,000	-->	I don't want my name anywhere near this shit.	Non associate / questo schifo al mio nome."
126	00:08:10,800 00:08:15,300	-->	Because compared to this, waking up as a cockroach is normal.	In confronto, svegliarsi trasformato / in scarafaggio è normale.
127	00:08:15,850 00:08:18,600	-->	This whole process makes no sense.	È una procedura senza senso.
128	00:08:18,800 00:08:24,150	-->	And I understand the need for security screenings, but America has done it quicker before.	Capisco il bisogno di sicurezza, / ma abbiamo fatto di meglio anni fa:
129	00:08:24,350 00:08:30,200	-->	After the Vietnam war, the U.S. resettled 140,000 refugees in just four	<i>Dopo il Vietnam, in quattro mesi / abbiamo sistemato 140.000 rifugiati.</i>

		months.	
130	00:08:30,400 00:08:33,500	--> We did it perfectly at the end of the Vietnam war.	Siamo stati bravi con i vietnamiti.
131	00:08:33,700 00:08:37,000	--> And that is a sentence you don't often get to say out loud.	Una frase / che non capita spesso di sentire.
132	00:08:38,300 00:08:43,000	--> What we did was we took everyone to Guam and processed them there in safety.	Li abbiamo portati tutti a Guam / per gestirli in sicurezza.
133	00:08:43,200 00:08:45,400	--> So, why aren't we just doing that again?	Perché non lo rifacciamo?
134	00:08:45,900 00:08:47,900	--> What else are we gonna do with Guam?	A che serve Guam sennò?
135	00:08:48,600 00:08:50,100	--> It's Guam.	È Guam.
136	00:08:50,300 00:08:54,200	--> It's 200 square miles of palm trees and storage space.	500 km quadrati / di palme e spazio di archiviazione.
137	00:08:55,000 00:08:56,500	--> It's Guam!	È Guam!
138	00:08:57,100 00:09:01,350	--> And while the U.S. government may have doubts about some of these translators	Il governo americano / potrà dubitare di alcuni di loro,
139	00:09:01,550 00:09:04,600	--> the troops who served alongside them, certainly don't.	ma le truppe che hanno servito no.
140	00:09:04,800 00:09:06,200	--> 'Cause do you remember Srosh?	Ricordate Srosh?
141	00:09:06,400 00:09:11,300	--> Well, the marines he served with created a crowdfunding page to finance his medical exams.	I marines crearono un sito / per raccogliere soldi per aiutarlo.
142	00:09:11,500 00:09:13,500	--> Where you can read comments such as,	Si trovano commenti come:
143	00:09:13,700 00:09:17,200	--> "Thanks brother for helping us survive and return to our families alive."	"Grazie a te, / siamo tornati vivi a casa."
144	00:09:17,400 00:09:21,600	--> and "thanks for saving our ass so many times. Time to get you state side."	"Grazie, ci hai salvato il culo, / è ora di ricambiare."
145	00:09:21,800 00:09:26,900	--> And it is both inspiring and horrifying that the life of a man who saved Americans	Fa riflettere e rabbrivire / che chi ha salvato degli americani
146	00:09:27,100 00:09:32,300	--> is in the hands of the same process through which we finance Zach Braff's shitty movies.	sia nelle stesse mani / di chi finanzia i film di Zach Braff.
147	00:09:34,600 00:09:40,200	--> And let me... let me show you just one more case.	E lasciate che vi mostri / ancora un altro caso.

148	00:09:40,400 00:09:41,600	--> Mohammad.	Mohammad.
149	00:09:41,800 00:09:45,500	--> An Afghani translator who started his application in September 2010	Lui è afghano, / avviò la pratica nel settembre 2010
150	00:09:45,700 00:09:49,650	--> and finally made it to America three years and four months later.	ed entrò in America / tre anni e quattro mesi dopo.
151	00:09:49,850 00:09:55,850	--> So at least he's here, there is that. But this was the atmosphere in which he had to do that waiting,	Almeno è qui, ma sentite un po' / in quale clima ha dovuto attendere.
152	00:09:56,250 00:10:00,850	--> The people who were trying to hurt me, first they killed my dad,	Chi voleva farmi del male / prima uccise mio padre,
153	00:10:01,050 00:10:05,700	--> and at the next step they tried to kill my brothers.	e in seguito provò / a uccidere i miei fratelli.
154	00:10:05,900 00:10:10,500	--> They took my little brother, which I love him more than everyone.	Rapirono il mio fratellino, / che amo più di chiunque altro.
155	00:10:10,700 00:10:16,700	--> Once they took him they told me to pay almost 35,000 dollars.	Dopo averlo rapito, mi dissero / di pagare circa 35.000 dollari.
156	00:10:17,300 00:10:23,200	--> That's right, they kidnapped his three-year-old brother and he spent his entire life savings to get him back.	Rapirono suo fratello di tre anni / e spese i suoi risparmi per salvarlo.
157	00:10:23,400 00:10:27,600	--> And at that point he was already two and a half years into his application process.	Al tempo, / erano già passati due anni e mezzo.
158	00:10:27,800 00:10:31,600	--> And having gone through all that when Mohammad finally got his visa	E dopo tutto ciò, / quando gli dettero il visto
159	00:10:31,800 00:10:37,400	--> a clerical error resulted in his name officially changed to FNU Mohammad,	Scoprì che, per un errore, / il suo nome era diventato Fnu,
160	00:10:37,600 00:10:40,500	--> which is an acronym for "First Name Unknown",	che significa / "Primo nome sconosciuto".
161	00:10:40,700 00:10:45,450	--> Meaning that on official documents to all intents and purposes his name is now Fnu,	Nei documenti ufficiali, / a tutti gli effetti si chiama Fnu.
162	00:10:46,600 00:10:50,200	--> And Fnu is <i>fnot</i> a <i>fnucking fname</i> .	Ma Fnu <i>fnon</i> è per <i>fniente</i> un <i>fnome</i> .
163	00:10:50,850 00:10:55,600	--> And I know we can do this quicker not just because of Guam,	Ma oltre a Guam, so / che si potrebbe fare più in fretta
164	00:10:55,800 00:10:58,950	--> but because there is at least one other documented case	perché c'è un altro caso documentato
165	00:10:59,150 00:11:02,750	--> of an evacuee from Iraq who did get processed faster.	di uno sfollato iracheno / gestito in meno tempo.
166	00:11:03,100 00:11:05,950	--> Smoke, the Iraqi donkey is in the U.S.	L'asino iracheno Smoke è negli U.S.A.

167	00:11:06,150 00:11:12,150	--> Smoke the donkey wandered onto a military base in 2008 and was befriended by some U.S. Marines.	Nel 2008, l'asino Smoke entrò / in una base e fu accolto dai marines.
168	00:11:12,450 00:11:15,900	--> They have brought the donkey to the United States. Smoke is now an American.	Portarono l'asino negli U.S.A. / e ora è americano.
169	00:11:16,200 00:11:22,200	--> It was a long process, I'd say we started this probably back in September of 2010.	Ci è voluto tempo, tutto iniziò / probabilmente nel settembre 2010.
170	00:11:23,000 00:11:27,900	--> Remember who else started his application in September 2010? Mohammad.	Chi altro iniziò la procedura / nel settembre 2010? Mohammad.
171	00:11:28,100 00:11:31,250	--> It took Smoke the donkey eight months to get to America.	L'asino Smoke ci ha messo otto mesi.
172	00:11:31,450 00:11:34,000	--> It took Mohammad nearly three and a half years.	Mohammad tre anni e mezzo.
173	00:11:34,200 00:11:39,100	--> See? I told you this story was gonna end with you fucking pissed off at a donkey.	Visto? Lo dicevo che alla fine / vi sareste incazzati con un asino.
174	00:11:39,800 00:11:41,300	--> Fuck you, Smoke.	Vaffanculo Smoke.
175	00:11:42,300 00:11:44,500	--> You hee-hawing piece of shit!	Lagnoso pezzo di merda.
176	00:11:45,000 00:11:46,700	--> I'm sorry, I'm sorry...	Scusami...
177	00:11:48,300 00:11:52,800	--> I'm sorry, it's not your fault, Smoke, you're just emblematic of a larger problem.	Non è colpa tua, / sei l'emblema di un guaio più grosso.
178	00:11:53,400 00:11:55,200	--> You hee-hawing piece of shit!	Lagnoso pezzo di merda.
179	00:11:56,200 00:11:58,700	--> Listen, we have to fix this system.	Il sistema va cambiato.
180	00:11:58,900 00:12:01,200	--> But before we can even do that, we have to extend it.	Ma prima, va rinnovato.
181	00:12:01,400 00:12:05,000	--> In Iraq the visa program expired at the end of last month	In Iraq, il programma / è scaduto il mese scorso,
182	00:12:05,200 00:12:09,200	--> which I guess is fine, it's not like we're gonna need translators again there any time soon.	tanto non avremo mica bisogno / di traduttori là.
183	00:12:09,400 00:12:14,400	--> And in Afghanistan they're scheduled to stop issuing visas altogether on December 31,	In Afghanistan non daranno / altri visti dal 31 dicembre in poi.
184	00:12:14,600 00:12:18,000	--> meaning that any translator like Mohammad would be forced to find a friend	Uno come Mohammad / dovrà trovarsi un amico

185	00:12:18,200 00:12:21,750	--> and invest in a very good two-pieced pantomime donkey costume	e comprarsi un costume / da asino a due pezzi
186	00:12:21,950 00:12:24,650	--> to have any fucking hope of getting into this country.	per sperare di entrare in America.
187	00:12:25,150 00:12:29,950	--> I am honored to say that we are actually joined by Mohammad this evening. Ladies and gentlemen, please welcome Mohammad!	È un onore averlo con noi stasera. / Signore e signori, Mohammad!
188	00:12:40,200 00:12:41,700	--> - Mohammad. - Yes.	- Mohammad. / - Sì.
189	00:12:41,900 00:12:43,400	--> First...	Innanzitutto...
190	00:12:44,150 00:12:47,600	--> First, thank you so much for being here and for everything you've done Mohammad.	Grazie per essere qui / e per ciò che hai fatto.
191	00:12:47,800 00:12:51,200	--> Oh... Fnu, sorry. Fnu, it's Fnu.	Ah... Fnu, scusami. / Il tuo nome è Fnu.
192	00:12:51,750 00:12:54,600	--> Which do you prefer, Mohammad or Fnu? Which is better?	Preferisci Mohammad o Fnu?
193	00:12:54,800 00:12:58,500	--> - Well, now it's Fnu, I have to... - It's Fnu... it's Fnu!	- Be', ora sono Fnu... / - Sei Fnu, certo!
194	00:12:58,700 00:13:00,550	--> Well Fnu, I have a few questions...	Ho un paio di domande...
195	00:13:00,750 00:13:04,300	--> ... for you. Now, we've just seen how crazy the visa process is.	Abbiamo visto / la folle procedura per i visti
196	00:13:04,500 00:13:10,500	--> As a translator, I'm interested, what is the Pashto word for "bureaucratic clusterfuck?"	Come traduttore, esiste una parola / per "casino burocratico" in pashto?
197	00:13:11,800 00:13:13,800	--> (Pashto terms for "bureaucratic clusterfuck")	- <i>Parola in pashto.</i> / - Come?
198	00:13:14,000 00:13:16,000	--> (Repetition of Pashto terms for "bureaucratic clusterfuck" and synonym).	<i>Parole in pashto.</i>
199	00:13:16,200 00:13:20,800	--> Ok, nice, that's good, so at least we've learned some useful Pashto this evening, if nothing else.	Ok, se non altro, / abbiamo imparato una parola utile.
200	00:13:21,400 00:13:24,600	--> Look... a couple of things just about your situation.	Senti... parliamo / della tua situazione.
201	00:13:24,800 00:13:29,500	--> While working for the U.S. Military, you were shot at twice and survived an IED explosion.	Ti hanno sparato due volte / e sei sopravvissuto a un'esplosione.
202	00:13:29,700 00:13:34,100	--> So, I really guess... First want to ask, why did you choose to do that job?	Quindi mi chiedo, / perché hai scelto questo lavoro?

203	00:13:34,500 --> 00:13:36,500	I was working with British forces	Lavoravo per l'esercito britannico
204	00:13:36,700 --> 00:13:40,550	and during that time I met with one American contractor.	quando incontrai / un collaboratore americano.
205	00:13:40,750 --> 00:13:46,750	He recruited me and he came to me like: "Come work with us as a translator, we need people to help us".	Voleva arruolarmi, così mi disse: / "Lavora con noi, ne abbiamo bisogno."
206	00:13:46,950 --> 00:13:51,050	And I was not on my own, I said "Okay, I must talk to my family" so...	Gli risposi / che dovevo parlarne con la famiglia.
207	00:13:51,500 --> 00:13:54,500	I went and talked to my family, I talked to my dad, he was glad	Ci parlai e mio padre era contento.
208	00:13:54,700 --> 00:13:59,000	he was really excited, he was like, "It's a great opportunity, you're gonna be helping your country	Disse che era un bel modo / per aiutare il nostro paese
209	00:13:59,200 --> 00:14:03,250	and you're supporting the U.S. troops that there are here for your country, to rebuild your country."	e le truppe U.S.A. presenti / per ricostruire il paese.
210	00:14:03,700 --> 00:14:05,850	So, the next day I signed the contract	Il giorno dopo firmai il contratto
211	00:14:07,000 --> 00:14:13,000	and stand up for being a translator to support the U.S. troops or the coalition forces	e così diventai traduttore / per le truppe degli Stati Uniti.
212	00:14:13,200 --> 00:14:15,200	and help my country.	E per aiutare il mio paese.
213	00:14:15,950 --> 00:14:21,050	Let me... let's talk a little about your family now, 'cause your mom and your siblings have left Aghanistan, is that correct?	Tua mamma e i tuoi fratelli / hanno lasciato l'Afghanistan, giusto?
214	00:14:21,250 --> 00:14:23,150	- Yes. - And why did they leave?	- Sì. / - Perché?
215	00:14:23,350 --> 00:14:28,800	Ehm, because once they... the Talibans kidnapped my little brother...	Perché una volta / i talebani presero il mio fratellino.
216	00:14:29,000 --> 00:14:32,800	One time they killed my dad and the second time, when they kidnapped my little brother.	Uccisero mio padre / e rapirono il mio fratellino.
217	00:14:33,000 --> 00:14:36,250	So it was too much, we didn't wanto to take the third-time risk.	Era troppo, / non volevamo più rischiare.
218	00:14:36,450 --> 00:14:42,450	I had to pay them, they left me a note, a ransom letter saying I had to pay 35,000 dollars.	Li dovetti pagare, mi scrissero / che dovevo pagare 35.000 dollari.
219	00:14:43,000 --> 00:14:46,850	I paid them their money, and they released my brother.	Li pagai / e loro rilasciarono mio fratello.

220	00:14:47,050 --> 00:14:52,450	I wish it could have happened to my dad too, I could have bought him too, but that didn't happen.	Avrei pagato anche il riscatto / per mio padre, se avessi potuto.
221	00:14:52,650 --> 00:14:54,600	So, now they're hiding.	Ora si nascondono.
222	00:14:54,800 --> 00:14:57,800	They're hiding and they are in...	Si stanno nascondendo e fecero...
223	00:14:58,000 --> 00:15:02,450	They've been involved in this "Hail Mary" humanitarian visa application. Now...	la miracolosa richiesta / di un visto per ragioni umanitarie.
224	00:15:02,650 --> 00:15:07,650	Where this bureaucracy gets even crazier is, if you've been an Iraqi interpreter,	Qui la cosa si fa ancor più folle / perché se tu fossi iracheno,
225	00:15:07,850 --> 00:15:12,750	your family would have been eligible to come here on the category 5 of the Direct Access Program,	accoglieremmo la tua famiglia / con il Programma di Accesso Diretto,
226	00:15:12,950 --> 00:15:16,800	but Afghanistan does not have a similar program for no fucking reason whatsoever.	ma purtroppo l'Afghanistan / non ha questo programma.
227	00:15:17,000 --> 00:15:20,100	My family got... They got hurt because of me.	La mia famiglia ha pagato / per colpa mia.
228	00:15:20,300 --> 00:15:23,400	I lost my dad because of me, because of my job.	Ho perso mio padre per il mio lavoro.
229	00:15:23,800 --> 00:15:29,300	So, the process that they have for us is just a single man.	Ma la procedura per il visto / è valida per un singolo individuo.
230	00:15:29,500 --> 00:15:31,000	I work for them...	Io lavoro per loro.
231	00:15:31,200 --> 00:15:35,300	Here, this is the visa, just you, and come to the United States. And...	Mi danno il visto / e posso entrare negli U.S.A., ma...
232	00:15:37,000 --> 00:15:39,000	I guess I have one final question.	Ho un'ultima domanda.
233	00:15:39,500 --> 00:15:44,050	Is there a word in Pashto to convey deep gratitude for someone's service	C'è una parola in pashto / che esprima profonda gratitudine
234	00:15:44,250 --> 00:15:46,400	but also profound shame on how they've been treated?	e vergogna per questo trattamento?
235	00:15:47,500 --> 00:15:49,000	Not really.	Direi di no.
236	00:15:49,400 --> 00:15:50,900	There isn't really in English either.	Neanche in inglese.
237	00:15:51,100 --> 00:15:55,300	I can't thank you enough for being here and everything. Mohammad ladies and gentlemen!	Grazie di cuore. / Mohammad, signore e signori!

3.5.2. *Analisi traduttologica dei principali problemi di traduzione*

I sottotitoli relativi a questo secondo estratto sono 237 per 16 minuti di tempo. Di questi, 146 sono sottotitoli formati da due linee, 91 sono invece costituiti da una sola linea. Inoltre, 5 sottotitoli sono stati posizionati in alto per evitare problemi di sovrapposizione con le didascalie sullo schermo o con altri elementi che ne pregiudicassero la visibilità.

Per quanto riguarda le caratteristiche elencate nel paragrafo 1 di questo capitolo, occorre precisare che 12 di questi sottotitoli hanno una permanenza sullo schermo inferiore a 1 ½ secondi, ma comunque superiore o uguale a 1, rispettando quindi le norme più recenti riguardanti i tempi di esposizione dei sottotitoli. Molti di questi hanno una durata simile perché sono sincronizzati con sottotitoli già esistenti per dei filmati montati a sostegno dell'argomentazione del conduttore. Per evitare, quindi, asincronia tra la comparsa e la scomparsa dei sottotitoli già presenti nel prodotto originale e quella dei sottotitoli interlinguistici da me realizzati, ho fatto coincidere i tempi indipendentemente dalla loro durata. Una tale asincronia potrebbe infatti risultare fastidiosa per lo spettatore, oltre a indurre dubbi sulla affidabilità dei sottotitoli interlinguistici che sta leggendo.

Sono, invece, 35 i sottotitoli per i quali Subtitle Workshop rileva un eccesso di caratteri per secondo, ma la maggior parte di questi (21) registrano un eccesso di massimo tre caratteri, una quantità che, come abbiamo detto anche per il primo estratto, è da considerarsi irrisoria se pensiamo che anche gli spazi e i segni d'interpunzione rientrano nel conteggio, ma non sono elementi che il fruitore deve leggere e comprendere. Di questi, per di più, addirittura 13 rilevano un eccesso di un solo carattere, quindi presumibilmente per un punto o una virgola, o per le virgolette delle citazioni. Non si tratta, in altri termini, di caratteri in più che possono compromettere la lettura completa di un sottotitolo da parte dello spettatore. Occorre sottolineare, infine, che alcuni di questi casi corrispondono ai sottotitoli in concomitanza con quelli presenti nel prodotto originale di cui ho già accennato e per i quali, quindi, il *time-code* è rigido e si può giocare solo su qualche decimo di secondo. Per questo motivo, alcuni di questi sottotitoli registrano un numero di caratteri eccessivo, nonostante abbia cercato di sintetizzare il più possibile. Come spiegato per l'altro episodio, gli altri casi rappresentano un compromesso per evitare una perdita di informazioni troppo marcata o la scomparsa di qualsiasi effetto comico. Al fruitore, di tanto in tanto e in casi isolati, sarà richiesto uno sforzo supplementare per leggere un sottotitolo più lungo del dovuto, ma potrà avere una maggiore

completezza d'informazione e almeno un sentore della comicità del prodotto originale.

Come per l'episodio precedente, infine, la media dei caratteri per secondo è pari a 12 e dunque perfettamente nella norma, mentre la riduzione del materiale linguistico è sempre del 34%, dato anche questo in linea con gli studi e le teorie sull'argomento (Gottlieb 1997).

Possiamo passare ora all'analisi dei casi specifici per i quali è stato necessario ricorrere a determinate strategie o a riflessioni più profonde. Come per l'episodio precedente, riporterò, suddivisi in sezioni tematiche, i sottotitoli presi in esame con la relativa trascrizione in lingua originale, seguiti dalla spiegazione delle scelte traduttive ricollegandomi alle spiegazioni teoriche fornite nei capitoli 1 e 2. Tutti i sottotitoli sono consultabili anche nella tabella delle pagine precedenti.

3.5.2.1. *Umore e rapporto con eventuali ECR*

(10, 12 & 103) ““Give up, give up,”

“# Rinunciare rinunciare”

(11) “on the rise for radiation.”

“In aumento di radiazioni”

(13) “it runs perfect woman.””

“Si corre donna perfetta #”

(104) “Tune in and slam the door.””

“Sintonizzarsi e sbattere la porta #”

In queste fasi del prodotto audiovisivo, si vedono due filmati in cui una ragazza doppia un personaggio di un film di animazione che canta una canzone. Le parole di questa canzone così doppiata sono il risultato di una riscrittura in inglese tramite l'utilizzo di Google Translate. Il testo così ottenuto appare anche in alcuni sottotitoli all'interno del filmato in questione. Per quanto riguarda quindi i tempi dei sottotitoli interlinguistici, ho dovuto rispettare quelli dei sottotitoli preesistenti, mentre per la traduzione ho pensato di utilizzare anch'io Google Translate per ottenere lo stesso effetto del prodotto originale, ovvero un risultato divertente nella sua imperfezione. Perciò ho preso le parole del testo modificato della canzone in inglese

e ho chiesto a Google Translate di tradurlo verso l'italiano, utilizzando poi l'output come testo per i sottotitoli interlinguistici. In questo modo, la funzione comica di questi elementi linguistici è salvaguardata anche nel prodotto di arrivo.

(29) “but there's either an IED or an Ikea behind those rocks somewhere.”
“dev'esserci una bomba / o forse un bimba là dietro.””

Questo è un esempio di VEH (*pun*, gioco di parole): nell'originale, il conduttore cerca scherzosamente di immaginare una incomprensione dell'interprete utilizzando due termini simili dal punto di vista fonetico e ortografico come IED (acronimo inglese che sta per *improvised explosive device* e indica ordigni esplosivi come mine o bombe) e Ikea, la nota catena di negozi svedese (ECR transculturale). Il primo scopo del traduttore in casi simili è trasmettere l'effetto comico cercando di proporre anch'egli un gioco di parole costruito in maniera analoga. In pratica, si agisce per “sostituzione” dell'esempio di VEH originale con un esempio di VEH valido per la lingua del pubblico target. Questo tipo di traduzione stimola quindi la creatività e la riflessione del traduttore: dopo aver cercato la soluzione migliore la scelta è ricaduta sulla conservazione del gioco di parole tramite assonanza e consonanza giocando con la parola “bomba” e una molto simile foneticamente come “bimba”. Non escludo che riflettendoci più a lungo non possano saltare alla mente soluzioni anche migliori, tuttavia è bene ricordare che solitamente un sottotitolatore non ha molto tempo per adattare un prodotto audiovisivo di questo genere e di questa durata. Le date di consegna sono sempre più frenetiche e il bisogno di traduzioni veloci è sempre più impellente, per cui l'arco di tempo che può permettere al traduttore di pensare a una soluzione azzeccata si restringe e la prima soluzione pensata che rispetta certi parametri finisce spesso per essere quella effettivamente utilizzata per la traduzione in questione.

(59) “One, two... Shouldn't it be more than this? Three!”
“Uno, due... Non ce n'è un altro? Tre!”

Ho voluto inserire questo sottotitolo perché è un esempio di effetto umoristico prodotto da elementi non verbali (*chiste no verbal*): la reazione da parte del pubblico non è infatti provocata dal messaggio verbale, bensì dalla gestualità del conduttore, che con un braccio imita il gesto di un cavallo che batte la zampa in terra. L'obiettivo di Oliver è far intendere che

anche un cavallo è capace a contare fino a tre, il numero di visti rilasciati per i traduttori afgani nel 2011 (si vedano i sottotitoli 54 e 55), mettendo così in ridicolo la procedura per l'assegnazione di questi visti speciali.

(124) “By now the ghost of Franz Kafka is thinking, "don't you dare to call this Kafkaesque,”
“Il fantasma di Kafka sta pensando: / "Non definitelo kafkiano.”

(126) “Because compared to this, waking up as a cockroach is normal.”
“In confronto, svegliarsi trasformato / in scarafaggio è normale.

Anche in questo caso la resa relativa a questi sottotitoli deve prendere in considerazione le riflessioni sui casi di VEH in cui esistono riferimenti culturali, in questo caso intertestuali. Questo ECR intertestuale poteva essere mantenuto tale: l'altro testo e il relativo autore cui il conduttore si ispira è *La Metamorfosi* di Franz Kafka, un'opera celebre in tutto il mondo e che quindi il traduttore può considerare come parte della cultura enciclopedica dello spettatore target nonché riferimento comune a varie culture e quindi transculturale. Non c'era motivo per non conservare un tale riferimento, che è stato appunto mantenuto senza il timore che non possa essere compreso. Di conseguenza, non dovendo ricorrere a strategie di “sostituzione”, anche l'effetto umoristico è salvaguardato non solo nel sottotitolo 124, ma anche nel 126 a cui è strettamente collegato: l'unica modifica è stata la omissione del nome di Kafka (Franz) per rispettare il numero di caratteri, ma il riferimento allo scrittore e alla sua opera è stato conservato.

(146) “is in the hands of the same process through which we finance Zach Braff's shitty movies.”
“sia nelle stesse mani / di chi finanzia i film di Zach Braff.”

In concomitanza con il sottotitolo precedente a questo il conduttore esprime la sua perplessità riguardo al fatto che chi finanzia i film di Zach Braff (gli Stati Uniti d'America in senso lato) abbia le competenze per negare o approvare l'ingresso di “chi ha salvato degli americani” (gli interpreti e i traduttori impegnati nelle zone di guerra). Per questo sottotitolo ci sono due considerazioni principali da fare. Innanzitutto, si può fare ben poco nei confronti dell'ECR qui presente: lo spettatore target può pure non conoscere l'attore e regista Zach Braff, anche se era uno dei protagonisti della serie televisiva *Scrubs*, trasmessa anche in Italia, ma il fatto che

contemporaneamente compaia un'immagine di questo personaggio famoso non permetteva di operare una “sostituzione” dell'ECR, perché si sarebbero messe in bocca al conduttore critiche verso una persona diversa. Inoltre, l'immagine che raffigura questa persona può essere di aiuto anche per chi non capisse di chi si tratta solo dal nome. La “conservazione” dell'ECR dovrebbe permettere anche il mantenimento dell'elemento umoristico, che si basa sull'accostamento di un regista considerato di secondo piano con un problema estremamente serio e degno di nota.

La seconda considerazione, invece, riguarda l'omissione dell'espletivo “shitty”. Nel capitolo precedente ho parlato della tendenza tipica della traduzione audiovisiva italiana a edulcorare i volgarismi della lingua inglese. In questo caso, non ho ommesso l'espletivo per questa ragione, dato che non credo molto nella necessità di ammorbidire od omettere i volgarismi, bensì per non superare il limite del numero di caratteri e non eccedere nel numero di caratteri per secondo, ritenendo che comunque l'intento comunicativo del conduttore venisse comunque veicolato anche senza fornire una qualificazione spregiativa ai film di Zach Braff.

(162) “And Fnu is *fnot* a *fnucking fname*.”

“Ma Fnu *fnon* è per *fniente* un *fnome*.”

La realizzazione di questo sottotitolo è stata forse la più divertente di tutto il lavoro svolto. Nel prodotto originale, Oliver elabora un divertentissimo gioco allitterante legato al nome Fnu con cui è stato rinominato Mohammad, ospite del conduttore in trasmissione, in seguito a un errore di ufficio. Per mettere appunto in ridicolo l'errore che ha portato a rinominare l'interprete Fnu, Oliver ha giocato su parole che iniziano con la lettera 'n' o con la 'f' come “not”, “fucking” e “name”. Per mantenere l'effetto comico nella traduzione, occorre giocare con parole dalle stesse caratteristiche e modificarle, così come avviene nella versione originale, in modo da avere l'inusuale accostamento tra 'f' e 'n'. La soluzione non è stata neanche così complicata da trovare: per “not” e “name” la soluzione era pronta con “non” e “nome”, mentre per aggiungere un terzo elemento come avviene nella versione originale ho pensato a un'espressione come “per niente” o “per nulla” per sfruttare tali vocaboli che iniziano con la 'n'. Si può anche ragionare sulla resa di “*fnucking*” (“fucking”), che come abbiamo detto è uno di quegli espletivi usati frequentemente in lingua inglese e che in italiano non ha un corrispettivo diretto, se non “fottuto” che però si tende sempre più a evitare. Questa

è un'altra circostanza in cui un espletivo è stato rimosso: ritengo che in questa occasione la precedenza fosse da attribuire a una locuzione che mi permettesse di creare un gioco allitterante analogo a quello originale che potesse dare la stessa reazione emotiva al pubblico target. La funzione testuale, cioè quella di creare un effetto comico, aveva la precedenza sull'equivalenza formale.

3.5.2.2. *Il trattamento degli espletivi*

(83) “Ok... So, are you ready for this shit?”

“Ok... Siete pronti per questo schifo?”

(125) “I don't want my name anywhere near this shit.””

“Non associate / questo schifo al mio nome.””

Si parla spesso di come nel processo di traduzione dall'inglese all'italiano sia consigliabile, se non necessario, limitare l'utilizzo di certi espletivi ed edulcorare la traduzione con termini più “morbidi” (si veda il sottoparagrafo 2.4.3.). Questi due sottotitoli sono esempi lampanti di questa strategia: la parola “shit” del prodotto originale è stata resa con “schifo”, un termine meno volgare rispetto all'equivalente italiano della parola del testo di partenza.

(91) “If they were a contractor, which they probably were, you're shit out of luck.”

“Se è un collaboratore, sono cazzi.”

Discorso leggermente diverso per il sottotitolo 91, dove ricompare il ricorso a un'espressione con la parola “shit” (“shit out of luck”). La traduzione con un'espressione idiomatica come “sono cazzi” è ideale e stavolta lascia spazio anche a una componente di volgarità, come sarebbe avvenuto con un'espressione equivalente come “essere nella merda”, che però occupava un numero eccessivo di caratteri. Un'altra alternativa era l'uso del termine “sfigati”, valida nel caso in cui l'eventuale emittente che intende trasmettere tale programma televisivo opti anche in questo frangente per una linea più “soft” priva di espletivi, coerentemente con le scelte adottate nei casi 83 e 91 analizzati in precedenza.

(175 & 178) “You hee-hawing piece of shit!”

“Lagnoso pezzo di merda.”

In questo ultimo caso, invece, in contrapposizione con quanto detto prima, ho tradotto l'espletivo con il suo naturale corrispettivo in italiano, a testimonianza che non è obbligatorio mantenere sempre una stessa linea e adottare all'interno della stessa traduzione le medesime strategie, a meno che l'agenzia che commissiona il lavoro di sottotitolaggio non indichi una linea da seguire in modo rigoroso. A seconda dei casi, si può decidere se edulcorare un espletivo, mantenerlo come tale o addirittura tradurlo con un termine ancora più forte (eventualità sporadica) come strategia di compensazione. La ragione per cui ho deciso di tradurre così questo enunciato è che la presenza di questa locuzione restringeva il cerchio delle possibilità. Si potevano usare volgarismi alternativi come “bastardo”, ma non ci sarebbe stata questa differenza così decisiva che giustificasse la presa di distanza dal testo originale. Inoltre, siccome in molti altri casi, come quelli visti in precedenza, gli espletivi originali erano stati edulcorati o addirittura omessi, in questo caso mi sembrava possibile e forse anche più corretto nei confronti dello spettatore target esprimere in traduzione lo stesso grado di volgarità presente nel testo originale.

Per quanto riguarda, infine, il resto dell'enunciato corrispondente al sottotitolo in questione, sono rammaricato di aver perso l'onomatopea garantita dal verbo inglese “to heehaw” (o “heehaw”), ma purtroppo in lingua italiana scritta non è attestata una forma onomatopeica per il raglio dell'asino e utilizzare il termine “raglio” o il verbo “ragliare” era controindicato perché l'intenzione dell'autore era sicuramente quella di dire che il verso dell'asino è lagnoso e fastidioso. Ecco perché ho optato per una traduzione con “lagnoso”.

3.5.2.3. *L'uso degli equivalenti ufficiali*

(136) “It's 200 square miles of palm trees and storage space.”

“500 metri quadrati / di palme e spazio di archiviazione.”

Ho inserito questo sottotitolo nell'analisi traduttologica non perché presentasse un effettivo problema di traduzione, quanto per parlare degli equivalenti ufficiali per le unità di misura. Nell'originale, si parla di 200 miglia quadrate, ma per un prodotto audiovisivo da adattare per un pubblico italiano occorre convertire l'unità di misura con quella effettivamente utilizzata nel nostro paese per il calcolo di un'area, ovvero i chilometri quadrati. Sul web, è possibile

trovare diversi siti affidabili che convertono le unità di misura di lunghezza, altezza, peso, area, temperatura, oltre alla conversione delle diverse valute esistenti. Operando quindi una conversione in chilometri quadrati, si ottiene una cifra di circa 500 chilometri quadrati: non c'è bisogno, ovviamente, di tradurre con il numero esatto, ma con un'approssimazione che faccia capire grosso modo allo spettatore target l'entità dell'area dell'isola di Guam.

3.5.2.4. *Coesione testuale*

(149) “An Afghani translator who started his application in September 2010”

“Lui è afgano, / avviò la pratica nel settembre 2010”

(170) “Remember who else started his application in September 2010? Mohammad.”

“Chi altro iniziò la procedura / nel settembre 2010? Mohammad.”

Il sottotitolo numero 149 ha un carattere di troppo rispetto al tempo di permanenza sullo schermo secondo il controllo qualità di Subtitle Workshop. Il modo per ovviare a questo problema era a portata di mano: eliminare il riferimento temporale al mese di settembre lasciando solo quello all'anno 2010. Tuttavia, ho pensato che in questa circostanza il “male minore” fosse quello di eccedere nel numero di caratteri per secondo (tra l'altro solo di uno) pur di mantenere l'informazione sul mese di settembre, dato che questa è poi fondamentale in termini di coesione testuale. Nel sottotitolo 170, infatti, Oliver, dopo aver parlato dell'ingresso negli Stati Uniti dell'asino Smoke, chiede al suo pubblico se ricorda chi altro iniziò la pratica nel settembre 2010. Proprio per questo motivo, mi sembrava opportuno mantenere il dato temporale preciso, perché l'effetto verso il pubblico e gli spettatori è più pungente e più paradossale.

3.5.2.5. *Intenzione comunicativa e funzione testuale*

(130) “We did it perfectly at the end of the Vietnam war.”

“Siamo stati bravi con i vietnamiti.”

Per la traduzione della frase in questione mi è venuta in aiuto la teoria di Newmark sul sottotitolaggio come traduzione comunicativa per eccellenza, nella misura in cui deve

trasmettere l'intenzione del parlante. Inoltre, ho preso in prestito la Skopostheorie e il concetto di funzione testuale, che mi pareva l'elemento predominante da conservare nella traduzione di questo sottotitolo. La mia prima traduzione di questa frase, più letterale, non mi convinceva perché mi premeva far capire allo spettatore target cosa davvero intendesse dire John Oliver con questa frase volutamente ironica, pungente e provocatoria, come testimonia la frase immediatamente successiva (“Una frase che non capita spesso di sentire”, sottotitolo 131). Perciò, ho deciso di accantonare una traduzione più letterale senza mantenere il riferimento temporale alla fine della guerra del Vietnam, ma concentrandomi invece sulla popolazione, i vietnamiti, perché fosse ancora più chiaro allo spettatore europeo l'intenzione di Oliver di costruire una battuta basata su un paradosso, cioè che gli americani si siano comportati bene con la popolazione vietnamita.

(167) “‘cause they're all an important part of the fucking team.”
“perché l'importante è partecipare.”

Ecco un altro esempio in cui l'intenzione comunicativa ha la precedenza sull'equivalenza formale. La prima traduzione che avevo dato era quasi letterale: “perché sono tutti importanti per la loro squadretta”. Tuttavia, non mi convinceva, sia perché appunto non mi dava l'impressione che veicolasse con la medesima forza espressiva dell'originale ciò che il conduttore intendeva dire, sia per il tentativo di trasferire il solito “fucking” con un vezzeggiativo che inteso comunemente come uno spregiativo (una “squadretta” è una squadra scarsa, insignificante). Nella fase di revisione, mi sono reso conto che esiste un'espressione molto comune che poteva fare al caso mio per trasmettere l'idea su cui si fondano le gare e le partite tra bambini, ovvero che non conta il risultato finale ma che l'importante, appunto, è partecipare e divertirsi. Ecco che allora, a costo di sacrificare l'espletivo “fucking”, come ho fatto in molti altri casi anche relativamente all'altro episodio sottotitolato, ho preferito usare un'espressione entrata a far parte del lessico comune e quindi anche più plausibile da sentir dire in un discorso orale e che allo stesso tempo veicolasse il senso esatto di ciò che il conduttore intendeva dire in lingua inglese.

4. Conclusione

Mi auguro che la traduzione audiovisiva tramite sottotitolaggio di questi due episodi possa dare delle indicazioni pratiche sulle peculiarità di questo prodotto audiovisivo e sugli aspetti da tenere maggiormente in considerazione nell'eventualità di un lavoro di traduzione sistematico di questo prodotto in vista di un possibile inserimento del prodotto nella programmazione televisiva. È evidente che in questa sede il lavoro è ancora limitato a una fase sì pratica, ma a cui non corrisponde un'effettiva distribuzione e fruizione della traduzione e del programma, né una totale analisi di tutte le casistiche delle criticità traduttologiche che si possono trovare in un genere come quello del talk show, nel qual caso si dovrebbe fare riferimento non solo a un maggior numero di episodi dello stesso programma, ma anche a differenti programmi dello stesso genere. Non è presente, inoltre, un concreto dialogo di tipo professionale con compagnie o agenzie di traduzione audiovisiva, aspetto imprescindibile nel momento di una effettiva traduzione audiovisiva di un prodotto. La speranza, comunque, è che questo lavoro possa essere utile ai miei colleghi che si addentrano nello studio della materia e nell'eventualità che il *Last Week Tonight* venga preso in considerazione per la sua importazione nel mercato televisivo italiano. Auspico, infine, che le riflessioni teoriche e i dati sui mercati nazionali e internazionali possano essere, rispettivamente, fonti di consultazione per l'approccio alla pratica del sottotitolaggio e di ulteriori ricerche sul tema, nonché di una presa di consapevolezza della rilevanza di questo tipo di traduzione sul mercato ma anche semplicemente sulla vita quotidiana di ognuno di noi, che è circondata di traduzioni audiovisive in televisione, al cinema e tramite l'uso di personal computer e smartphone.

Bibliografia

ANTONINI Rachele, “The perception of subtitled humor in Italy”, *Humor*, vol.18, n. 2, 2005, pp. 209-225.

BRUTI Silvia, ZANOTTI Serenella, “Frontiere della traduzione audiovisiva: il fenomeno del *fansubbing* e i suoi aspetti linguistici”, *Atti del 12° Congresso di Studi dell’Associazione Italiana di Linguistica Applicata (AitLA)*, 119-142.

CHIARO Delia, “Foreword. Verbally Expressed Humor and translation: An overview of a neglected field”, *Humor*, vol.18, n. 2, 2005, pp. 135-145.

CHIARO Delia, “Issues of quality in screen translation: problems and solutions”, *Between Text and Image: updating research in screen translation*, John Benjamins Publishing Co., Amsterdam, 2008, pp. 241-256.

CHIARO Delia, “Verbally Expressed Humour on Screen: Reflections on Translation and Reception”, *The Journal of Specialized Translation*, 2006, pp. 198-208.

DÍAZ CINTAS Jorge, “La questione della qualità nel sottotitolaggio”, in AA.VV., *Subtitling and Intercultural Communication. European Languages and beyond*, Edizioni ETS, Pisa, 2014, pp. 291-312.

DÍAZ CINTAS Jorge, MUÑOZ SÁNCHEZ Pablo, “Fansubs: Audiovisual Translation in an Amateur Environment”, *The Journal of Specialized Translation*, 2006, pp. 37-52.

DÍAZ CINTAS Jorge, REMAEL Aline, *Audiovisual Translation: Subtitling*, Routledge, New York, 2014.

DI GIOVANNI Elena, “From darkness to light in subtitling”, *Between Text and Image: updating research in screen translation*, John Benjamins Publishing Co., Amsterdam, 2008, pp. 197-210.

DI SABATO Bruna, PERRI Antonio, *I confini della traduzione*, Libreria Universitaria, Padova, 2014.

DOYLE Gillian, “Audiovisual economics: Audiovisual markets in the European Union”, *Quaderns del CAC*, vol. 15, n. 38, pp. 15-23.

ECO Umberto, *Dire quasi la stessa cosa. Esperienze di traduzione*, Bompiani, Milano, 2010.

FONTAINE Gilles, *Films on television: origin, age and circulation*, European Audiovisual Observatory, Strasburgo, 2016.

GAMBIER Yves, “Recent developments and challenges in audiovisual translation research”, in AA.VV., *Between Text and Image: updating research in screen translation*, John Benjamins Publishing Co., Amsterdam, 2008, pp. 11-33.

GOTTLIEB Henrik, *Subtitles, Translation & Idioms*, University of Copenhagen, Copenhagen, 1997.

HALLIDAY Michael Alexander Kirkwood, *Spoken and Written Language*, Oxford University Press, Oxford, 1989.

HALLIDAY Michael Alexander Kirkwood, MATTHIESSEN Christian M.I.M., *An Introduction to Functional Grammar*, Hodder Arnold, Londra, 2004.

ILIE Cornelia, “Talk Shows”, Elsevier Ltd., Örebro, 2006.

IVARSSON Jan, CARROLL Mary, *Subtitling*, TransEdit HB, Simrishamn, 1998.

JAKOBSON Roman, “On Linguistics Aspects of Translation”, tr. it. in *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano, 1966.

LEDVINKA Fay, *What the fuck are you talking about*, Eris, Torino, 2011.

LUYKEN George-Michael *et. al.*, *Overcoming Language Barriers in Television: Dubbing and Subtitling for the European Audience*, European Institute for the Media, 1991.

MARTEL Frédéric, *Mainstream. Come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra dei media*, Feltrinelli, Milano, 2010.

NEWMARK Peter, *Approaches to Translation*, Pergamon Press, New York, 1981.

NORNES Abé Mark, “For an abusive subtitling”, in VENUTI Lawrence (a cura di), *The Translation Studies Reader*, Routledge, Londra, 2004, pp. 447-469.

OSIMO Bruno, *Manuale del Traduttore. Guida pratica con glossario*, Hoepli, Milano, 2004.

PAOLINELLI Mario, DI FORTUNATO Eleonora, *Tradurre per il doppiaggio. La trasposizione linguistica dell’audiovisivo: teoria e pratica di un’arte imperfetta*, Hoepli, Milano, 2012.

PAVESI Maria, MALINVERNO Anna Lisa, “Usi del turpiloquio nella traduzione filmica”, in TAYLOR Christopher (a cura di), *Tradurre il cinema. Atti del convegno, Trieste, 29-30 novembre 1993*, Dipartimento di Scienze del Linguaggio, 2000.

PEDERSEN Jan, “High Felicity: a speech act approach to quality assessment in subtitling, in AA.VV., *Between Text and Image: updating research in screen translation*, John Benjamins Publishing Co., Amsterdam e Philadelphia, 2008, pp. 101-115.

PEDERSEN Jan, *Subtitling Norms for Television: an exploration focussing on extralinguistic cultural references*, John Benjamins Publishing Co., Amsterdam e Philadelphia, 2011.

PEREGO Elisa, “Subtitles and line-breaks: towards improved readability, *Between Text and Image: updating research in screen translation*, John Benjamins Publishing Co., Amsterdam, 2008, pp. 211-223.

PEREGO Elisa, TAYLOR Christopher, *Tradurre l'audiovisivo*, Carocci, Roma, 2012.

RIEDIGER Hellmut, “Cos'è la terminologia e come si fa un glossario”, online, 2012.

TOURY Gideon, *Descriptive Translation Studies and Beyond*, Amsterdam e Philadelphia, Benjamins Publishing Co., 1995.

VENUTI Lawrence, *L'invisibilità del traduttore. Una storia della traduzione*, Armando Editore, Roma, 1999.

VERMEER Hans J., REISS Katharina, *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained*, Routledge, New York, 2014.

ZABALBEASCOA Patrick, “La traducción del humor en textos audiovisuales”, in DURO Miguel, *La traducción para el doblaje y la subtitulación*, Cátedra, Madrid, 2001, pp. 251-263.

Sitografia

<https://www.academia.edu/> (sito web di condivisione delle pubblicazioni scientifiche)

<http://www.convergenzamediale.com/> (Laboratorio di convergenza mediale ConMe)

http://www.huffingtonpost.com/2014/12/08/last-week-tonight-with-john-oliver-best-show-2014_n_6284074.html?ncid=fbklnkushpmsg00000063/ (Why ‘Last Week Tonight With John Oliver’ Was 2014’s Best Show)

<http://www.ilfattoquotidiano.it/2015/05/19/bye-bye-letterman-addio-al-late-show-luttazzi-quanto-mi-e-costato-portare-in-italia-quellironia/1698330/> (Bye Bye Letterman, addio al Late Show. Luttazzi: “Quanto mi è costato portare in Italia quell’ironia...”)

<http://www.ilpost.it/2016/03/01/guida-al-super-tuesday/> (Guida al Super Tuesday)

<http://www.lt-innovate.org/sites/default/files/documents/> (Study on dubbing and subtitling needs and practices in the European audiovisual industry)

<http://www.marketingcharts.com/television/are-young-people-watching-less-tv-24817/> (The State of Traditional Tv)

<http://www.nielsen.com/it/it/insights/reports/2016/video-on-demand.html> (Il fascino “discreto” del video on demand)

www.oecd.org/tad/services-trade/47559464.pdf (World Trade Organization: Audiovisual Services)

<http://www.oed.com/> (Oxford English Dictionary)

<http://www.spin.com/2016/02/kanye-west-she-never-stick-no-fingers-in-my-ass-play-instagram-fitbab-watch/> (Kanye West: ‘She Never Stick No Fingers in My Ass!’)

<https://www.statista.com/chart/3766/digital-video-revenue/> (Online Video – A billion-dollar opportunity)

<https://www.statista.com/chart/4167/tv-viewing-in-2014/> (Americans Are The World's Biggest TV Lovers)

<https://support.google.com/youtube/answer/6373554?hl=it> (Guida di YouTube. Utilizzo dei sottotitoli automatici)

<http://www.thedailybeast.com/articles/2014/09/29/last-week-tonight-does-real-journalism-no-matter-what-john-oliver-says.html> ('Last Week Tonight' Does Real Journalism, No Matter What John Oliver Says)

<http://time.com/79133/john-oliver-review-last-week/> (REVIEW: *Last Week Tonight With John Oliver*)

<http://www.treccani.it/> (Enciclopedia italiana Treccani)

<http://www.tvzoom.it/2012/04/26/3626/la-pay-tv-ha-il-33-del-mercato-televisivo-italiano/> (Studio della Fondazione Rosselli sulla pay-tv)

<http://www.un-industria.it> (L'impatto economico dell'industria audiovisiva in Italia)

<https://www.usitc.gov/publications/332/pub4463.pdf> (Recent Trends in U.S. Services Trade 2014 Annual Report)

<https://www.wired.it/attualita/politica/2016/03/01/super-tuesday-usa-primarie/> (Cos'è il Super Tuesday e perché le primarie Usa sono alla svolta)

<https://www.wired.it/play/televisione/2016/04/01/netflix-catalogo-film-serie/> (Netflix, ecco quanti film e serie tv si possono vedere nel resto del mondo)

<https://www.youtube.com/watch?v=DIJEt2KU33I&t=339s> (Fifa and The World Cup: Last Week Tonight with John Oliver)

<https://www.youtube.com/watch?v=ZHN0IEuD58c&t=29s> (Late Show 2013, Rai5)

Abstract in inglese

The main aim of the present dissertation is to introduce the issues related to the subtitling of two episodes of *The Last Week Tonight with John Oliver*, an American television program hosted by comedian John Oliver and aired on HBO every Sunday late night. This dissertation is divided into three main chapters. The first one conveys an explanation of the subtitling process from a theoretical point of view, with a particular stress placed on its criteria and techniques, as well as the new technologies both to produce subtitles and enjoy audiovisual products, and the situation in the Italian and North America audiovisual markets. In the second part, the focus is shifted towards the main features of the audiovisual genre, namely the talk show, including an overview of the most significant examples of that genre in each of the countries involved – United States and Italy. Furthermore, an insight is given with reference to the most common set of translation problems encountered while subtitling such an audiovisual product and the possible strategies and solutions to work them out. Finally, in the last chapter, a practical approach is taken, as the dissertation provides a set of examples from the subtitled episodes that proves the usefulness of the strategies described in chapter 2. Two tables with the original transcripts and the Italian subtitles of each episode are also included in chapter 3.

Abstract in italiano

L'obiettivo principale della presente tesi è di introdurre le questioni relative alla sottotitolazione di due episodi del programma televisivo americano denominato *The Last Week tonight with John Oliver*, condotto dal comico John Oliver e in onda su HBO ogni domenica in seconda serata. Il lavoro è suddiviso in tre capitoli principali. Il primo si propone di spiegare il processo di sottotitolazione da un punto di vista teorico, con una particolare attenzione dedicata ai criteri e alle tecniche del sottotitolaggio, oltre che alle nuove tecnologie sia per la creazione di sottotitoli, sia per la fruizione di prodotti audiovisivi, nonché alla situazione del mercato audiovisivo italiano e nordamericano. Nella seconda parte, l'attenzione si sposta verso le principali caratteristiche del genere audiovisivo in questione, ovvero il talk show, compresa una panoramica riguardo alle espressioni più significative di un tale genere televisivo in ciascuno dei paesi coinvolti, cioè Stati Uniti e Italia. Inoltre, si fornisce una descrizione delle criticità più comuni legate alla traduzione tramite sottotitoli di un prodotto audiovisivo di questo tipo, nonché le possibili strategie e soluzioni per risolverle. Infine, l'approccio dell'ultimo capitolo è di tipo pratico, dal momento che presenta una serie di esempi relativi alle traduzioni svolte che dimostrano l'utilità delle strategie descritte nel capitolo 2. Nel capitolo 3 sono incluse anche due tabelle con la trascrizione originale e i sottotitoli di ciascun episodio.

Abstract in spagnolo

El objetivo principal de la presente tesis es presentar los temas relacionados con la subtitulación de dos episodios de un programa de televisión estadounidense llamado *The Last Week Tonight with John Oliver*, conducido por el comediante John Oliver y emitido por HBO todos los domingos por la noche. Este trabajo está dividido en tres capítulos principales. El primero explica el proceso de subtitulación desde un punto de vista teórico, con un énfasis particular en sus criterios y técnicas, así como en las nuevas tecnologías tanto para producir subtítulos como para disfrutar de los productos audiovisuales, y en la situación en del mercado audiovisual italiano y nortamericano. En la segunda parte, el enfoque está dirigido hacia las principales características del género audiovisual, es decir el *talk show*, con una reseña general de los ejemplos más significativos de este género en cada uno de los países implicados: Estados Unidos e Italia. Además, se proporciona una descripción de los problemas de traducción más frecuentes que se encuentran al subtitular este tipo de producto audiovisual así como las posibles estrategias y soluciones para su elaboración. Finalmente, en el último capítulo se adopta un enfoque práctico, ya que la tesis proporciona un conjunto de ejemplos que demuestran la utilidad de las estrategias explicadas en el capítulo 2. En el tercer capítulo, también se incluyen dos tablas con las transcripciones originales y los subtítulos en italiano de cada episodio.