



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MACERATA

CORSO DI DOTTORATO DI RICERCA IN
UMANESIMO E TECNOLOGIE

CICLO XXXV

La gestione del processo traduttivo nel contesto aziendale: uno studio nella Regione Marche

SUPERVISORE DI TESI
Chiar.ma Prof.ssa Antonella Nardi

DOTTORANDA
Dott.ssa Cristina Farroni

CO-SUPERVISORE DI TESI
Chiar.mo Prof. Attilio Mucelli

COORDINATORE
Chiar.mo Prof. Roberto Lambertini

ANNO 2023

Indice

Introduzione	8
1. Stato dell'arte	12
1.1 Inquadramento teorico generale	12
1.2 Comunicazione specialistica e processo traduttivo	12
1.2.1 Ricerca sul processo traduttivo	14
1.2.1.1 Dal prodotto al processo traduttivo	14
1.2.1.2 La dimensione situata del processo traduttivo	16
1.2.1.4 Correnti di ricerca negli studi traduttivi e relativi metodi.....	19
1.2.1.5 I workplace studies.....	23
1.2.1.5.1 Luoghi analizzati	25
1.2.1.5.2 Temi di ricerca.....	27
1.2.1.5.3 Approcci interdisciplinari.....	30
1.2.2 Elementi del processo traduttivo	32
1.2.2.1 Le fasi del processo traduttivo	32
1.2.2.1.1 Fase propedeutica alla traduzione	35
1.2.2.1.2 Fase traduttiva vera e propria	35
1.2.2.1.3 Fase di revisione	36
1.2.2.1.4 Fase organizzativa finale	37
1.2.2.2 Gli attori coinvolti.....	38
1.2.2.2.1 Traduttori professionisti e non professionisti	38
1.2.2.2.2 Collaboratori.....	42
1.2.2.3 Gli artefatti	43
1.2.2.4 I fattori contestuali che hanno un impatto sul processo	43
1.3 Imprese e comunicazione multilingue.....	44
1.3.1 Gestione linguistica	45
1.3.2 Barriere linguistiche.....	46

1.3.3 Pratiche e politiche di gestione linguistica	46
1.3.4 Strategie di gestione linguistica	48
1.3.4.1 Strategie generali.....	48
1.3.4.2 Strategie legate alla traduzione	49
1.3.5 Imprese e terminologia	50
1.4 Sintesi e critica della letteratura	53
2. Disegno di ricerca.....	55
2.1 Ontologia, epistemologia e metodologia.....	55
2.2 Metodi impiegati	57
2.3 Indagine sul territorio	59
2.3.1 Il questionario	59
2.3.1.1 Selezione del campione, pre-test e somministrazione	62
2.3.1.2 Vantaggi e limiti.....	64
2.3.1.3 Metodo di analisi.....	64
2.3.2 Interviste qualitative	65
2.3.2.1 Traccia dell'intervista	66
2.3.2.2 Selezione degli intervistati	67
2.3.2.3 Vantaggi e limiti.....	69
2.3.2.4 Metodo di analisi.....	70
2.4 Studio di caso	71
2.4.1 Criteri di selezione	72
2.4.2 Fonti di dati.....	73
2.4.2.1 Documentazione.....	73
2.4.2.2 Interviste presso l'impresa	75
2.4.2.3 Osservazione partecipante.....	75
2.4.2 Vantaggi e limiti	79
3. Indagine sul territorio.....	81
3.1 Le imprese partecipanti	81

3.2 Strategie generali di gestione linguistica.....	86
3.3 Il workflow traduttivo	92
3.3.1 Cosa si traduce	92
3.3.2 Chi traduce.....	94
3.3.2.1 Gli addetti interni alle traduzioni	97
3.3.2.2 I traduttori professionisti esterni	99
3.3.3 Come si traduce: gestione del workflow e tecnologie impiegate	100
3.3.3.1 Pratiche traduttive interne	100
3.3.3.2 La collaborazione con le agenzie di traduzione	103
3.4 Criticità riscontrate nella comunicazione multilingue.....	109
3.5 Sintesi dell'analisi sul territorio	113
4. Studio di caso.....	117
4.1 Il contesto osservato	117
4.1.1 I workflow traduttivi.....	118
4.1.2 La rete di attori coinvolti	120
4.2 Workflow interno	122
4.2.1 Le fasi del processo	122
4.2.1.1 Lo smistamento degli incarichi traduttivi	123
4.2.1.2 L'attività traduttiva nell'ecosistema aziendale	125
4.2.1.3 La revisione: valore aggiunto e limiti	129
4.2.1.4 L'organizzazione finale dei testi tradotti internamente.....	131
4.2.2 Gli attori coinvolti.....	132
4.2.2.1 Non professionisti 'esperti'	132
4.2.2.2 L'interazione con i colleghi sul posto di lavoro.....	134
4.2.3 TDS: il prodotto nel processo	140
4.3 Workflow esterno	142
4.3.1 Le fasi del processo	142
4.3.1.1 L'assegnazione dell'incarico all'agenzia di traduzione	142

4.3.1.2	La gestione dell'incarico esternalizzato	149
4.3.1.3	La revisione: competenze, status e coordinazione del lavoro	154
4.3.1.4	L'organizzazione finale.....	161
4.3.1.4.1	Memorizzazione e riutilizzo dei testi tradotti.....	161
4.3.1.4.2	I glossari terminologici: ufficio export e ufficio marketing a confronto.....	162
4.3.2	Gli attori coinvolti.....	164
4.3.2.1	L'agenzia di traduzione: l'apporto dei professionisti	165
4.3.2.2	La rete di collaboratori: cooperazione e coordinazione del lavoro	167
4.3.3	Testi pubblicitari: il prodotto nel processo	170
4.4	Sintesi e discussione dello studio di caso	172
5.	Conclusioni e proposte.....	179
5.1	Conclusioni.....	179
5.2	Limiti e linee di ricerca future	186
5.3	Proposte di intervento.....	187
5.3.1	Traduzione come strategia e politica	187
5.3.2	Personale aziendale.....	190
5.3.3	Gestione del processo	193
5.3.4	Le tecnologie al servizio delle imprese	197
	Bibliografia	200
	Sitografia.....	218
	ALLEGATO – Questionario.....	220
Figure		
Figura 1	- Ontologia, epistemologia e metodologia.....	55
Figura 2	- Disegno di ricerca.....	58
Figura 3	- Template iniziale	79
Figura 4	- Area di attività dei rispondenti	82
Figura 5	- Dimensioni delle imprese	82
Figura 6	- Settori di attività delle imprese.....	84

Figura 7 - Principali paesi di import	85
Figura 8 - Principali paesi di export.....	85
Figura 9 – Lingua di comunicazione con le sedi estere	87
Figura 10 - Lingue impiegate oltre all'inglese per dimensioni aziendali	88
Figura 11 - Numero di lingue impiegate oltre all'inglese per dimensioni aziendali	89
Figura 12 - Percezione dell'utilità delle lingue straniere.....	90
Figura 13 - Destinatari dei corsi di lingua.....	91
Figura 14 - Testi tradotti	93
Figura 15 - Addetti alle traduzioni	95
Figura 16 - Esternalizzazione per dimensioni aziendali	96
Figura 17 - Traduzioni commissionate esternamente	104
Figura 18 - Revisione dei testi	106
Figura 19 - Comunicazione delle correzioni ai traduttori esterni	107
Figura 20 - Problemi traduttivi.....	110
Figura 21 - Problemi nella comunicazione in lingua per dimensioni aziendali.....	112
Figura 22 - Occasioni commerciali perse per incomprensioni linguistiche e culturali.....	112
Figura 23 - Workflow interno	118
Figura 24 - Workflow esterno.....	119
Figura 25 - Rete degli attori coinvolti.....	121
Figura 26 - Ricerca del traduttore da parte di P1 e interazione con il tecnico.....	136
Figura 27 - Mappa concettuale di disambiguazione	139
Figura 28 - Esempio di scheda tecnica.....	140
Figura 29 - Richiesta di chiarimenti da parte dei traduttori e rete di attori coinvolti.....	150
Figura 30 - Dimensioni del processo traduttivo in azienda	176

Tabelle

Tabella 1 - Panoramica dei workplace studies.....	24
Tabella 2 - Fasi del processo traduttivo (cfr. Schubert 2007; Gouadec 2007; ISO 2015)	34
Tabella 3 - Traccia dell'intervista.....	67
Tabella 4 - Soggetti intervistati	69
Tabella 5 - Documenti analizzati	75
Tabella 6 - Soggetti osservati.....	118
Tabella 7 - Artefatti del workflow interno	127
Tabella 8 - Riproduzione del modulo contenente le specifiche degli incarichi	146

Tabella 9 - Artefatti impiegati da P5.....	152
Tabella 10 - Revisione del tedesco	160
Tabella 11 - Varianti terminologiche nei glossari aziendali	163

Introduzione

Il presente progetto di ricerca è stato svolto nell'ambito di un programma di Dottorato Innovativo a caratterizzazione industriale promosso dalla Regione Marche per il triennio 2019-2022. Il fine di questo tipo di dottorati consiste nel rafforzare il rapporto tra università e tessuto imprenditoriale locale promuovendo la ricerca in settori ritenuti prioritari e strategici per le imprese. Il lavoro qui presentato verte sul processo traduttivo in ambito aziendale.

La produzione di una traduzione è il risultato di un processo complesso e fortemente influenzato dal contesto in cui l'attività traduttiva si svolge. Per molto tempo la ricerca in campo traduttivo si è concentrata sull'analisi della dimensione testuale della traduzione, trascurando il processo che porta alla produzione di un determinato testo di arrivo. Più recenti sono gli studi sul processo traduttivo come serie di attività "sitate" in un determinato contesto e influenzate dal contesto stesso (cfr. Risku 2002). Adottare una prospettiva "situata" di processo traduttivo significa analizzare l'ambiente naturale in cui il processo si svolge e ricostruire le interazioni tra i diversi soggetti coinvolti, nonché le risorse di cui essi si servono. Questi elementi influiscono infatti sull'attività traduttiva stessa (cfr. Risku, 2016; Sannholm, 2021) e sul prodotto finale.

Gli studi che esplorano l'attività traduttiva in diversi contesti lavorativi rientrano nel filone dei *workplace studies*. Nella maggior parte dei casi l'attenzione è stata rivolta ai traduttori professionisti e alle agenzie di traduzione (cfr. Beuchert 2017; Christensen and Schjoldager 2019; Koskinen 2008; Risku *et al.* 2016; Risku 2016). La prospettiva delle imprese private¹ – che rientrano tuttavia tra i principali committenti di traduzioni – è rimasta sino ad ora esclusa. Questo aspetto risulta problematico sotto due punti di vista. Il fine ultimo dei *workplace studies* consiste nell'analizzare l'attività traduttiva in contesti lavorativi reali, in modo da monitorare l'evoluzione della figura del traduttore e individuare i fattori che, in diversi contesti, hanno un impatto sul suo lavoro. Escludere il punto di vista delle imprese significa ignorare una parte del processo complessivo, in particolare la fase di elaborazione ed assegnazione dell'incarico, nonché la revisione del testo da parte del personale aziendale e la condivisione dei feedback con i traduttori professionisti e le agenzie.

Inoltre, concentrando l'attenzione sui soli traduttori professionisti viene esclusa un'ampia fetta di traduttori non professionisti che operano all'interno delle organizzazioni (cfr. Koskinen 2020:65), tra cui le imprese. Includere la prospettiva aziendale nei *workplace studies* in ambito traduttivo aiuta a ricostruire i fattori contestuali che hanno un impatto sul processo traduttivo dei traduttori *in-house*, sulle circostanze che spingono le imprese a esternalizzare le traduzioni, nonché

¹ Si fa riferimento a imprese che non forniscono servizi linguistici (cfr. 1.3).

sulle caratteristiche che differenziano l'attività traduttiva svolta all'interno di un'impresa da quella gestita in collaborazione con traduttori professionisti esterni.

Il presente lavoro si pone l'obiettivo di analizzare i fattori in ambito aziendale che hanno un impatto sul lavoro dei traduttori interni nonché sulle modalità di cooperazione dell'impresa con quelli esterni. Nel presente lavoro con "processo traduttivo" si intende un processo "situato" e circoscritto alla "dimensione esterna". In linea con i *context-oriented studies*, interessano qui gli "external factors affecting individual translators" e "the circumstances in which translations take place" (cfr. Saldanha e O'Brien 2014:204). Si parte cioè dall'assunto che le decisioni prese dai traduttori e dai loro collaboratori in ciascuna fase del processo siano profondamente influenzate dal tipo di interazioni e dalle risorse disponibili sul posto di lavoro. Inoltre, per restringere il focus di ricerca, ci si concentra unicamente su ciò che è osservabile esternamente, ossia sul workflow traduttivo (cfr. Göpferich 2008:1) e non sulle attività cognitive e mentali del traduttore (cfr. Schubert 2009b:19, 2009a:127).

Dal momento che la rosa di *workplace studies* dedicati all'ambito aziendale è particolarmente ristretta, il framework teorico viene integrato con alcune nozioni provenienti dalla ricerca relativa alla gestione linguistica in ambito organizzativo-aziendale, attingendo in particolare ai concetti di "pratica linguistica" e di "politica linguistica" (cfr. Lesk et al., 2017; Sanden, 2015). Si ipotizza infatti che questi elementi possano rientrare tra i fattori che hanno un impatto sul processo traduttivo e sul prodotto finale, come emerso da studi precedenti condotti in diverse organizzazioni (cfr. Schäffner et al., 2014).

Le domande di ricerca possono essere raccolte in due macrocategorie:

D1: Quali pratiche traduttive vengono attuate nelle imprese della regione Marche?

La domanda può essere suddivisa nelle seguenti sottodomande:

- Quali strategie generali di gestione linguistica vengono adottate dalle imprese locali?
- Come viene gestito il processo traduttivo? Ossia:
 - Chi traduce?
 - Cosa viene tradotto?
 - Come si traduce?
- Quali problemi vengono riscontrati dalle imprese nella comunicazione multilingue?

D2: Da quali fattori è influenzato il processo traduttivo nel contesto aziendale?

La domanda può essere suddivisa nelle seguenti sottodomande:

- Se la traduzione viene svolta internamente, quali fattori influiscono sull'attività dei traduttori interni?

- Se la traduzione viene esternalizzata, quali fattori influenzano la collaborazione con i traduttori esterni?
- Quali fattori hanno un impatto sui testi finali?

Il primo gruppo di domande è di natura esplorativa poiché, come anticipato, non sono stati individuati dati specifici relativi al territorio italiano e, più in particolare, alla regione Marche. Per rispondere a queste domande è stata svolta in un primo momento un'indagine tramite metodi misti sul territorio tramite questionario e interviste semistrutturate. Il secondo gruppo di domande si basa sull'ipotesi che il contesto aziendale presenti caratteristiche e risorse diverse da altri contesti studiati sino ad ora nei *workplace studies* e che queste abbiano un impatto sul lavoro del traduttore interno e/o esterno e sul prodotto finale della traduzione. Data l'attenzione al contesto che contraddistingue il presente lavoro, il metodo di rilevazione dati adottato è l'indagine contestuale (cfr. Saldanha e O'Brien 2014:146) e, più nello specifico, l'osservazione partecipante presso un'impresa locale. Questo metodo, sebbene di recente applicazione negli studi traduttivi, ben si presta a esplorare fenomeni complessi e si è rivelato promettente, come dimostrato in diversi *workplace studies* degli ultimi anni (cfr. Ehrensberger-Dow & Massey, 2019; Olohan, 2017; Risku, 2017; Risku et al., 2020; Sannholm, 2021).

Combinando i dati raccolti per rispondere rispettivamente a D1 e D2 è possibile mettere in relazione i risultati dell'analisi di un caso di studio specifico con il tessuto imprenditoriale in cui questo si colloca. Al contempo, l'analisi approfondita di un caso di studio consente di superare i limiti della ricerca tramite questionario e interviste e di avere accesso alla conoscenza implicita o tacita dei soggetti studiati (cfr. Risku 2016: 113). Alla luce dei fondamenti ontologici ed epistemologici del presente progetto di ricerca (cfr. 2.1), si mira a una triangolazione dei dati come intesa da Hammersley (2008:8), ossia "triangulation as seeking complementary information".

In sintesi, il presente lavoro si pone l'obiettivo di fornire un contributo di natura teorica, pratica e metodologica alla ricerca in ambito traduttivo. Da un punto di vista teorico si vuole approfondire il legame tra il contesto aziendale e il processo traduttivo. Adottando un approccio di natura prevalentemente induttiva, si intendono individuare i fattori che hanno un impatto sulle diverse fasi del processo traduttivo a partire dall'osservazione di un contesto lavorativo reale. Lo studio si colloca dunque sulla scia dei *workplace studies* in ambito traduttivo, ampliandone il focus a un contesto considerato sino ad ora in minima parte, e funge al contempo da ponte tra la ricerca in ambito traduttivo e quella organizzativo-aziendale. Quest'ultima considera infatti la traduzione in maniera molto marginale, sebbene essa svolga un ruolo strategico in azienda (cfr. Piekkari *et al.* 2017: 28). Da un punto di vista pratico, l'identificazione sul campo dei diversi fattori che influenzano le pratiche

traduttive delle imprese può consentire una descrizione del fenomeno più prossima al contesto lavorativo reale e alle esigenze delle imprese stesse. Inoltre, data l'area geografica di rilevazione dei dati, si mira a formulare delle proposte pratico-operative indirizzate alle imprese locali. Da un punto di vista metodologico, lo studio descrive come è stata impiegata una tecnica di stampo etnografico in un dato contesto lavorativo. Mostrando i vantaggi e i limiti del metodo, si mira ad ampliare le conoscenze metodologiche emerse da altri *workplace studies*.

Nel capitolo 1 vengono descritti lo stato dell'arte, nonché i concetti alla base del presente lavoro. Nel capitolo 2 viene illustrato il disegno di ricerca. Il capitolo 3 introduce la parte empirica del lavoro e verte sull'analisi dei dati raccolti sul territorio marchigiano al fine di rispondere a D1. Successivamente, nel capitolo 4 viene presentato lo studio di caso svolto presso un'impresa locale per rispondere a D2. Nel capitolo 5 vengono tratte le conclusioni del lavoro complessivo e presentate proposte di miglioramento delle pratiche traduttive delle imprese locali.

1. Stato dell'arte

1.1 Inquadramento teorico generale

In questo capitolo viene descritto il framework teorico del presente lavoro. Il progetto si posiziona nell'ambito degli studi traduttivi orientati al processo traduttivo e al contesto in cui questo si svolge. Si adotta una prospettiva olistica di comunicazione specialistica (cfr. 1.2), il processo traduttivo viene circoscritto alla dimensione esterna (cfr. 1.2.1) e analizzato come "situato" (cfr. 1.2.1.2). Si attinge inoltre a concetti provenienti dalla letteratura relativa alla gestione linguistica in ambito aziendale (cfr. 1.3).

1.2 Comunicazione specialistica e processo traduttivo

Chesterman (2002:6–27) identifica dodici aree principali di ricerca negli studi traduttivi. Una di queste è incentrata sullo studio del processo traduttivo. Quest'ultimo è stato esplorato da due diverse prospettive, rispettivamente nei *workplace studies* e nei *protocol studies*. Nel primo caso l'attenzione verte sul legame tra processo traduttivo e contesto lavorativo in cui questo si svolge (*workplace studies*), nel secondo sulle attività cognitive legate al processo traduttivo (*protocol studies*). Il presente lavoro rientra negli studi relativi al processo traduttivo e, più nello specifico, nei *workplace studies*, in quanto si pone l'obiettivo di analizzare il processo traduttivo in un contesto lavorativo ben preciso: l'impresa.

Prima di introdurre questo ambito di ricerca è opportuno fare una precisazione che consente di inquadrare più chiaramente l'impostazione teorica del progetto: per le finalità del presente lavoro, il processo traduttivo viene considerato una componente del più ampio processo di comunicazione specialistica.² Riprendendo Schubert (2007:133), è possibile identificare tre fasi nel processo di comunicazione specialistica (definito da Schubert *fachkommunikative Arbeitsprozesskette*):

1. produzione, ossia tutte le attività connesse alla produzione ed elaborazione di contenuti,
2. trasferimento, ossia tutte le attività finalizzate a trasmettere dei contenuti da una lingua di partenza a una di destinazione,

² Dunque, viene adottata una prospettiva di traduzione specialistica descritta da Sandrini (2016:158) come: "eine besondere Form der Fachkommunikation, die interlingual bzw. interkulturell abläuft", ossia "una forma particolare di comunicazione specialistica che si svolge a livello interlinguistico e interculturale" (traduzione dell'autrice). Questa concezione si oppone alla visione più tradizionale della traduzione specialistica come una delle tante possibili forme di traduzione.

3. organizzazione, ossia la gestione finale della documentazione.³

Non è possibile attuare una distinzione netta tra le varie fasi del processo comunicativo complessivo. La produzione testuale si muove infatti sempre più nella direzione della cosiddetta *übersetzungsgerechte Dokumentationserstellung*, ossia di una redazione testuale il più standardizzata possibile e finalizzata a rendere il successivo processo traduttivo più efficiente (cfr. Göpferich 2006:38; Heidrich 2016:80)⁴. Inoltre, come argomenta Schubert in diversi lavori (2007, 2019), le attività di redazione tecnica, traduzione e gestione documentale si influenzano reciprocamente. Per questo motivo suggerisce di adottare una prospettiva olistica, che consenta di analizzare la redazione tecnica e la traduzione come componenti di un unico processo di comunicazione specialistica mono e multilingue (“ein- und mehrsprachige Fachkommunikation”, Schubert 2007). Considerare il processo traduttivo come componente del più ampio processo di comunicazione specialistica è vantaggioso anche per il presente lavoro. Da un lato consente di analizzare in maniera più approfondita il legame tra le diverse fasi del workflow traduttivo, senza limitarsi alla sola traduzione. Dall’altro permette di presentare, per le finalità pratiche del presente progetto, proposte da implementare anche nelle fasi propedeutiche e successive alla traduzione.

Va inoltre sottolineato che con “comunicazione specialistica” si fa riferimento alla produzione e traduzione non solo dei testi rivolti agli specialisti del settore ma a tutti i testi attinenti a un settore specialistico, senza escludere dunque la comunicazione asimmetrica tra esperti e non esperti.⁵

³ I sostantivi *Produktion*, *Transfer* e *Organisation* vengono proposti come traduzione degli equivalenti tedeschi. Schubert (2007:132–35), utilizza i verbi *Erstellen*, *Übertragen* e *Organisieren*: “Die Arbeitsphase Erstellen umfasst dabei alle Arbeitsgänge, in denen fachkommunikative Inhalte formuliert, geschrieben, redigiert, lektoriert, überarbeitet, zusammengefasst, aber auch grafisch oder medientechnisch gestaltet und formatiert werden. [...] Zur Arbeitsphase Übertragen gehören alle Arbeitsgänge, in denen fachkommunikative Inhalte aus einer Ausgangs- in eine Zielsprache übertragen werden. [...]”. Riguardo alla terza fase Schubert intende „das Organisieren betrieblicher Informationsflüsse durch Bereitstellen und Bereithalten von Dokumenten zur Nutzung. Ihr entspricht das Arbeitsfeld Dokumentationsmanagement“.

Traduzione in italiano dell’autrice: “La fase di produzione comprende tutti i processi in cui i contenuti della comunicazione specialistica vengono formulati, scritti, redatti, corretti, rielaborati, riassunti ma anche progettati e formattati graficamente o tramite mezzi elettronici. [...] La fase di trasferimento comprende tutti i processi in cui i contenuti della comunicazione specialistica vengono trasferiti da una lingua di partenza a una di arrivo. [...]”. Riguardo alla terza fase si intende “l’organizzazione dei flussi di informazioni aziendali che avviene fornendo e conservando i documenti per l’utilizzo. In questa fase rientra la gestione documentale”.

⁴ Per ulteriori approfondimenti si rimanda al lavoro di Drewer e Ziegler (2014).

⁵ Riprendendo Risku (2016:20), si fa qui riferimento sia a “Fachtexte” (“testi specialistici”) che a “Texte, die in einer allgemein verständlichen Form über Fachliches berichten” (ossia “testi che trattano temi specialistici in maniera generalmente comprensibile”, traduzione dell’autrice). In maniera simile, Göpferich (1998:1) utilizza l’aggettivo *fachbezogen*.

1.2.1 Ricerca sul processo traduttivo

I paragrafi seguenti offrono una panoramica degli studi traduttivi incentrati sul processo traduttivo. In particolare, viene ripercorso il cambio di focus negli studi traduttivi dal “prodotto” al “processo” traduttivo, nonché i concetti di “processo traduttivo esterno” e di “processo situato”. La natura situata del processo traduttivo viene esplorata ripercorrendo diverse indagini condotte nel filone dei *workplace studies*. Questa panoramica consente di inquadrare più chiaramente il framework teorico del progetto e di motivare il relativo disegno di ricerca.

1.2.1.1 Dal prodotto al processo traduttivo

Holmes (1988) suddivide gli studi traduttivi in due macrocategorie: gli studi puri – di tipo teorico o di tipo descrittivo – e gli studi applicati. Nell’ambito degli studi descrittivi distingue gli studi *product-oriented* e da quelli *process-oriented*. Questa distinzione, sebbene di carattere formale, fa emergere due diversi interessi di ricerca, nonché un passaggio graduale dall’analisi del testo tradotto a quella del processo traduttivo.

I primi studi in ambito traduttivo vertevano infatti sulla questione dell’equivalenza linguistica tra testo di partenza e testo di arrivo (si veda p.es. Nida 1964), sulla valutazione della qualità della traduzione, sulla fraseologia, sui generi e sulle tipologie testuali nelle lingue di partenza e in quelle di destinazione (cfr. Angelone, Ehrensberger-Dow, e Massey 2020:395). In una fase successiva, l’attenzione si è spostata sul piano funzionale e pragmatico della traduzione, nonché sullo scopo traduttivo e sui destinatari (si veda p.es. Nord 1993 e la *Skopostheorie* in Reiß e Vermeer 1984).

Per quanto riguarda gli studi sul processo traduttivo è opportuno attuare una prima distinzione tra “processo traduttivo interno” e “processo traduttivo esterno”. Riprendendo le definizioni proposte da Schubert (2009b:19), si può affermare che il processo traduttivo interno è dato dall’attività mentale del traduttore, dalle relative fasi e dai processi decisionali. Il processo traduttivo esterno è invece tutto ciò che può essere osservato esternamente da una seconda persona. Una distinzione simile è attuata da Göpferich (2008:1) che fa riferimento al processo esterno con il termine *workflow*,⁶ per sottolinearne la natura organizzativa e procedurale. Altri autori si riferiscono ai due processi parlando di *translation act* e *translation event* (Chesterman 2013:156; Toury 1995:247), riferendosi con la prima espressione alla dimensione mentale e con la seconda al contesto sociale in cui si svolge il processo. Questa distinzione è di carattere formale, poiché i due processi sono strettamente interconnessi, ma consente di ripercorrere l’evoluzione degli studi relativi al processo traduttivo,

⁶ Allo stesso modo, le espressioni *processo traduttivo* e *workflow traduttivo* sono considerati sinonimi nel presente lavoro.

incentrati inizialmente sulla sola dimensione mentale per poi estendersi fino a includere il piano sociale e cooperativo.

I primi studi empirici in materia di processo traduttivo risalgono agli anni '80 e, nello specifico, ai contributi di Gerloff (1986), Krings (1986) e Lörscher (1987), che furono tra i primi ad analizzare il processo traduttivo tramite il *think-aloud*. Questa modalità di indagine si basa sulla raccolta di dati verbali di natura introspettiva (cfr. Göpferich 2008:3). In altre parole, ai soggetti studiati viene richiesto di descrivere le strategie adottate, le difficoltà che incontrano, ciò che fanno e ciò che provano nel momento stesso in cui stanno traducendo. L'obiettivo consiste nell'individuare pattern ricorrenti che consentano al ricercatore di ricostruire ciò che avviene nella mente del traduttore. Questo primo filone di studi legati al processo traduttivo pone dunque l'accento sul processo traduttivo interno e, per tale ragione, si avvale di metodi di raccolta dati finalizzati in larga parte all'analisi dei movimenti oculari del traduttore sullo schermo e all'utilizzo della tastiera. Tra i metodi più utilizzati, singolarmente o in maniera combinata, si ricordano il *think-aloud*, l'*eye-tracking* e il *keystroke logging*⁷.

La volontà di superare la sola dimensione mentale per includere aspetti legati al contesto in cui opera il traduttore si individuano in Kiraly (1995:101) che considera i “cultural, physical, social schemata” e in Krings (2005:345). Tra gli elementi che hanno un impatto sul processo traduttivo, Krings propone i seguenti:

- a. *Aufgabenfaktoren*, ossia fattori legati al tipo di testo da tradurre, all'incarico traduttivo, alla direzione di traduzione e alla combinazione linguistica,
- b. *Übersetzerfaktoren*, ossia l'expertise in campo traduttivo e nella disciplina a cui attiene il testo da tradurre, il grado di conoscenza della lingua di partenza e di quella di destinazione, nonché preferenze e strategie individuali,
- c. *Umfeldfaktoren*, ossia gli ausili tecnologici, i dizionari, le risorse di consultazione e i fattori situazionali.

Come si evince dall'ultimo punto, la prospettiva di ricerca si amplia e include nell'analisi anche la dimensione situazionale e gli strumenti a sostegno della traduzione. Un simile cambio di prospettiva viene proposto anche da Muñoz Martín (2010:178–79), secondo il quale il processo traduttivo può riguardare tre livelli. Il primo comprende le operazioni mentali del traduttore. Il secondo livello include tutte le attività osservabili, dalla traduzione alla revisione e al *proofreading*. Un terzo livello – in questa fase degli studi traduttivi ancora poco approfondito – è dato dalle circostanze reali di mercato e dalle figure esterne con cui il traduttore coopera. Questo cambio di focus si pone sulla scia

⁷ Per un approfondimento si rimanda a Jakobsen (2017) e Walker e Federici (2018).

di un nuovo paradigma di ricerca che vede la traduzione come situata e influenzata dagli elementi dell'ambiente circostante.

1.2.1.2 La dimensione situata del processo traduttivo

Il cambio di paradigma da un'analisi del processo traduttivo come serie di operazioni mentali alla sua dimensione situata e interazionale viene incentivato dai contributi di Hanna Risku (2002) e dei suoi colleghi (cfr. Milošević e Risku 2020; Risku e Windhager 2015). Da un punto di vista teorico, questo cambio di prospettiva attinge da un lato ai primi lavori di natura funzionalista in ambito traduttivo e, dall'altro, alla nozione di cognizione situata proveniente dagli studi cognitivi.⁸

Per quanto riguarda l'influenza dei lavori di stampo funzionalista, Risku (2016:42) individua due opere chiave: *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie* di Reiß e Vermeer (1984) e *Translatorisches Handeln: Theorie und Methode* di Holz-Mänttari (1984). Reiß e Vermeer furono tra i primi a sottolineare il ruolo decisivo dello scopo della traduzione come criterio che guida e orienta l'attività traduttiva. Una traduzione ben riuscita non è data unicamente da un'equivalenza di tipo linguistico ma bensì da un'equivalenza di tipo funzionale che tiene conto, tra gli altri fattori, della cultura di destinazione. Il contributo di Holz-Mänttari è altrettanto innovativo, poiché pone l'accento su una dimensione trascurata negli studi precedenti: l'interazione tra il traduttore e gli altri attori coinvolti nel processo traduttivo. Quest'ultimo, così come il prodotto testuale della traduzione, vengono profondamente influenzati dalle esigenze, aspettative e interazioni che intercorrono tra i vari attori. Decisiva per Holz-Mänttari (1984:109–11) è dunque la ricostruzione della rete di interazioni all'interno della quale opera il traduttore e in cui si possono individuare le seguenti figure:

- a. l'iniziatore del processo traduttivo, ossia colui che ha bisogno di un testo tradotto (*Translationsinitiator* o *Bedarfsträger*),
- b. il committente (*Besteller*),
- c. l'autore del testo di partenza (*Texter des Ausgangstextes*),
- d. il traduttore (*Translator*),
- e. colui che applica il testo tradotto (*Textapplikator*) e
- f. il destinatario (*Rezipient*).

Inoltre, Holz-Mänttari sottolinea come, a seconda dei processi in essere, è possibile che alcuni ruoli vengano meno o che coincidano in una sola figura. Da questa concezione dell'attività del traduttore si evincono due aspetti chiave: da un lato il traduttore non agisce in totale autonomia ma in sinergia

⁸ Nell'ambito degli studi cognitivi, questa corrente racchiude diversi punti di vista e teorie e prende spesso il nome di *situated cognition* in inglese (si vedano per esempio i titoli dei contributi di Clancey, 1997; Robbins & Aydede, 2009) e di *situierte Kognition* in tedesco (Walter 2014).

con altri collaboratori e, dall'altro, il processo si può configurare come più o meno complesso, a seconda del contesto in cui si svolge e del numero di attori che intervengono. È opportuno sottolineare che, secondo la suddivisione dei ruoli proposta da Holz-Mänttari, il traduttore viene visto come un professionista con pari dignità rispetto agli altri soggetti coinvolti. Questa concezione lascerà il posto a una rappresentazione più realistica del profilo del traduttore che, in base ai contesti in cui opera, può presentare diversi gradi di *expertise* e prestigio sociale (Risku 2016:44). I contributi di Reiß, Vermeer e Holz-Mänttari hanno un impatto sulla ricerca in materia di processo traduttivo sotto diversi punti di vista:

- a. la traduzione viene vista come una azione (*translatorisches Handeln*), guidata da un determinato scopo (*skopos*),
- b. questa azione è influenzata da fattori esterni,
- c. tra i fattori esterni si annoverano la cultura di destinazione e la rete sociale in cui opera il traduttore. La cultura di destinazione orienta lo scopo traduttivo. La rete sociale è data da aspettative ed esigenze di chi ha prodotto e commissionato il testo e di chi lo applica e lo recepisce.

La ricerca in materia di processo traduttivo è stata influenzata anche, in seconda battuta, dagli studi cognitivi. Muñoz Martín (2017:560) distingue due macrogruppi di studi relativi al processo traduttivo, influenzati rispettivamente da diversi approcci cognitivi. Da un lato, vi è la *computational translatology* che attinge a una concezione computeristica della mente umana, paragonata a macchina in cui il processo traduttivo consiste in una serie di attività di *problem-solving* e *information processing*. Dall'altro vi è la già menzionata *cognitive translatology*, in cui rientrano gli studi più recenti sul processo traduttivo. Questo macrogruppo attinge agli approcci cognitivi 4EA.⁹ Per le finalità del presente lavoro, questo secondo macrogruppo viene approfondito nelle righe seguenti.

Gli approcci cognitivi 4EA considerano i processi cognitivi come *embodied*, *embedded*, *enacted*, *extended* e *affective*. Di seguito vengono illustrate le caratteristiche di queste cinque dimensioni (cfr. Muñoz Martín 2017:563–64):

- a. la cognizione è *embodied*, ossia influenzata dal corpo e dai processi in atto al suo interno,
- b. la cognizione è *embedded*, in quanto posta a cavallo tra corpo e ambiente fisico e socioculturale circostante,
- c. la cognizione è *enacted*, ossia costituita e influenzata dalle azioni del soggetto,
- d. la cognizione è *extended* perché la mente utilizza l'ambiente circostante come strumento per processare informazioni,

⁹ Sebbene questi approcci vengano spesso sintetizzati in un'unica categoria, va sottolineato che diverse teorie e punti di vista convivono al suo interno. Per un riepilogo si rimanda a Menary (2010:459–62).

- e. la cognizione è *affective* perché le emozioni guidano i nostri processi mentali e comportamentali e, al contempo, le attività sociali sono guidate dalla nostra capacità di riflettere sulle emozioni altrui.

A queste cinque dimensioni viene spesso affiancata la dimensione della *distributed cognition*, che si verifica quando le attività cognitive di diversi soggetti si intersecano durante lo svolgimento di compiti complessi. Secondo Risku e Rogl (2020:481–91), queste dimensioni possono fungere da framework teorico per l'analisi di aspetti specifici del processo traduttivo. La dimensione della *embodied cognition* consente ad esempio di analizzare da un punto di vista cognitivo l'ergonomia fisica e il benessere del traduttore sul posto di lavoro mentre la dimensione della *distributed cognition* assume una rilevanza nell'analisi dei network di traduttori.¹⁰ Per le finalità del presente studio, si parlerà più in generale di cognizione situata o *situated cognition* per due motivi. In primo luogo, ci si pone sulla scia di autori come Robbins e Aydede (2009) che utilizzano questa espressione come termine sovraordinato, che racchiude al suo interno i diversi approcci cognitivi. In secondo luogo, si vuole dare rilievo alla dimensione del contesto fisico e sociale in cui si attua la traduzione e meno alla dimensione corporea e distribuita. Riprendendo le parole di Hanna Risku (2002:528)¹¹ relativamente alla cognizione situata, si può sostenere che: “here, the central concern is not the brain itself, but the fact that it allows us to interact with the environment, artefacts and other human beings”.

La svolta situata delle teorie cognitive fu incentivata in particolar modo dal lavoro di Suchman (1987, 2007). Suchman parte dal presupposto che i piani mentali umani non determinano il corso delle azioni ma fungono piuttosto da risorse impiegabili durante lo svolgimento delle azioni stesse. In un esempio noto, Suchman (2007:72) fornisce una possibile spiegazione di cosa avviene nella mente umana quando ci si accinge a scendere delle rapide con una canoa. Prima di iniziare la discesa, tenteremo di pianificare e prevedere il corso degli eventi ma, per quanto dettagliato, il piano dovrà inevitabilmente tenere conto della realtà. In base alle condizioni dell'ambiente circostante, reagiremo impiegando le risorse mentali e fisiche che abbiamo a disposizione. Il fine ultimo del piano, dunque, non è tanto condurre la canoa fino al traguardo, quanto fornire un orientamento di massima che consenta di utilizzare nel miglior modo possibile le capacità che abbiamo a disposizione durante lo svolgimento dell'azione. Pertanto, nel nostro operato attingiamo a risorse mentali – i piani – ma anche a risorse dell'ambiente circostante e reagiamo al loro mutare. Ne deriva che l'azione umana non

¹⁰ Per approfondimenti si rimanda agli studi di Ehrensberger-Dow e Hunziker Heeb (2016) sull'ergonomia sul posto di lavoro e a McDonough (2007) e Risku e Dickinson (2009) sui network di traduttori.

¹¹ Sebbene in un articolo del 2020, Risku e Rogl attuino una distinzione tra *situated*, *embodied*, *embedded*, *extended* e *distributed cognition*, le due autrici sottolineano come sia difficile tracciare un confine netto tra una dimensione e l'altra. Si tratta in generale di orientamenti “committed to the situatedness of cognition” (Risku e Rogl 2020:481). Per questo motivo, Hanna Risku e i suoi colleghi adottano spesso l'espressione *situated cognition* per fare riferimento al framework teorico di stampo cognitivo a cui attingono (Milošević e Risku 2020; Risku 2002, 2017).

dipende unicamente da piani prestabiliti ma è un'attività contestualizzata in un determinato ambiente. Se si adotta questo punto di vista, diviene evidente anche in ambito traduttivo che la descrizione del processo non può essere unicamente di tipo mentale. Occorre chiedersi cosa avviene nei computer e sulle scrivanie dei traduttori (Risku 2002:530), osservarli durante lo svolgimento delle proprie attività quotidiane e nei diversi contesti lavorativi.

Nel 2013, Risku, Windhager e Apfelthaler propongono il “dynamic network model of extended translatorial cognition and action”, un modello con cui tentano di integrare la dimensione cognitiva con gli elementi dell'ambiente esterno secondo una concezione estesa di attività traduttiva. Il modello comprende le seguenti componenti (Risku, Windhager, e Apfelthaler 2013:163–64):

- a. la cognizione, che include la riflessione che si attua sul processo traduttivo in corso, sulla cooperazione con altri soggetti, sui risultati raggiunti e sulla propria competenza traduttiva,
- b. l'azione, che include tutte le operazioni traduttive ma anche la gestione del processo complessivo,
- c. la rete sociale, che include i diversi soggetti coinvolti, il tipo di relazione che li lega, nonché la suddivisione formale o informale delle responsabilità,
- d. gli artefatti, tra i quali si annoverano tutti gli oggetti materiali e immateriali impiegati come strumenti di traduzione e comunicazione, quali *checklist*, libri, strumenti di gestione documentale, database, scanner, OCR, sistemi di contabilità, memorie di traduzione, sistemi di gestione terminologica ecc.,
- e. l'ambiente esterno, ossia le condizioni ecologiche, fisiche, geografiche, economiche, politiche, demografiche e sociali in cui si svolge l'azione,
- f. il tempo, ossia le modifiche e gli sviluppi che si verificano in ciascuno degli altri elementi, ad esempio il mutare delle reti sociali, delle condizioni sociopolitiche o l'introduzione di nuovi strumenti.

L'analisi di ciascuna di queste componenti consente di focalizzare l'attenzione su diversi aspetti del processo traduttivo e, in ultima analisi, di ricostruire la relazione che sussiste tra l'attività traduttiva e l'ambiente circostante.

1.2.1.4 Correnti di ricerca negli studi traduttivi e relativi metodi

Le varie correnti di ricerca negli studi traduttivi si contraddistinguono per diverse finalità di indagine che, a loro volta, orientano la scelta di un determinato disegno di ricerca. Nel presente capitolo viene proposta una panoramica delle principali correnti di ricerca e dei relativi metodi. Particolare enfasi

viene posta sugli studi traduttivi orientati al contesto e sui metodi di stampo etnografico, allo scopo di motivare il posizionamento del presente lavoro all'interno dei *workplace studies* (cfr. 1.2.1.5.1).

Saldanha e O'Brien (2014:50–233) propongono una classificazione delle diverse correnti di ricerca traduttologiche in base all'oggetto di ricerca e, per ciascuna di esse, descrivono i metodi di raccolta dei dati impiegati più frequentemente. In particolare, individuano quattro macrocategorie: la ricerca orientata al prodotto, la ricerca orientata al processo, la ricerca orientata ai partecipanti e la ricerca orientata al contesto.

Nella prima macrocategoria, i dati testuali vengono analizzati tramite i metodi dell'analisi critica del discorso (o *CDA, critical discourse analysis*) e della linguistica computazionale.

Nella seconda macrocategoria, il processo traduttivo è stato investigato per molto tempo da un punto di vista prettamente mentale. Pertanto, tra i metodi più adottati vi sono quelli introspettivi, il *keystroke logging* e *l'eye-tracking*. Recentemente si sono aggiunte anche le tecniche di stampo etnografico per l'analisi della dimensione socio-cognitiva e interazionale, come l'indagine contestuale. Quest'ultima si basa sullo studio dei soggetti nel loro ambiente lavorativo naturale e si avvale di metodi come l'osservazione partecipante e l'intervista (Saldanha e O'Brien 2014:145).

Nella terza macrocategoria, l'attenzione verte sui soggetti coinvolti nel processo traduttivo. Questo focus di analisi richiede metodi tipici della ricerca sociale quali questionari, interviste e focus group (Saldanha e O'Brien 2014:150).

La quarta macrocategoria si contraddistingue per un'attenzione particolare ai fattori esterni che influenzano l'attività traduttiva (cfr. Saldanha e O'Brien 2014:204). Riprendendo la distinzione di Marco (2009:15), è possibile collocare gli studi orientati al contesto nei modelli culturalisti e sociologici. Da un lato vi è l'obiettivo di individuare le forze sociali, politiche, culturali, ideologiche che influenzano le pratiche traduttive. Dall'altro si attinge alla sociologia delle professioni per descrivere il lavoro del traduttore. Tipica di questa macrocategoria è l'indagine contestuale.

Non è possibile attuare una distinzione netta tra le diverse categorie proposte da Saldanha e O'Brien, poiché nell'analisi del contesto rientrerà inevitabilmente anche, ad esempio, un'analisi dei partecipanti identificati nel contesto osservato (Pedersen 2016:30). Alla luce delle domande di ricerca del presente studio, si può comunque affermare che questo si colloca a cavallo tra gli studi orientati al contesto e quelli orientati al processo,¹² poiché il processo traduttivo viene analizzato in un contesto circoscritto e di quest'ultimo si rilevano i fattori che esercitano un impatto sull'attività traduttiva.

¹² Una combinazione auspicata anche da Saldanha e O'Brien (2014:110): “the process-oriented methodologies [...] should be combined more often with the type of context-oriented research”.

Krings (2005:348) effettua invece una distinzione tra i metodi di raccolta dati *offline* e quelli *online*. I metodi *offline* consistono in una raccolta dati successiva al processo traduttivo, mentre i metodi *online* consistono in una raccolta dati che avviene in contemporanea al processo traduttivo. Tra i metodi *offline* rientrano dati verbali raccolti al termine del processo traduttivo (p.es. interviste retrospettive e questionari) e l'analisi del prodotto finale (p.es. i testi prodotti da diversi traduttori o le note prese durante la traduzione). Tra i metodi *online* rientrano sia dati verbali (p.es. il *think aloud* o il *talk aloud*) che dati provenienti dall'osservazione del comportamento traduttivo (p.es. i protocolli di osservazione, la misurazione delle funzioni cerebrali e le riprese video).

Come illustrato in precedenza, il presente lavoro non verte su ciò che avviene nella mente del traduttore ma sul processo osservabile esternamente (cfr. Schubert 2009b:19). Pertanto, particolarmente rilevanti sono i metodi *online* provenienti dalle scienze sociali e, in particolare, dall'etnografia. Nel descrivere il passaggio dagli studi traduttivi di natura mentale a quelli di natura socio-cognitiva, Risku (2014:336) sottolinea l'importanza di adottare una nuova metodologia di ricerca:

I have placed special emphasis on studying factors that have not been the centre of attention in translation process studies in recent decades, such as the social, historical and environmental embeddedness of cognition in translation. The ethnographic path lends itself nicely to such purposes. Here, qualitative field studies with participant observation are conducted to reveal an internal view of how meaning is constituted by the participants themselves in their own particular situations.

Una ricerca di questo tipo si differenzia dalle indagini quantitative di natura sperimentale perché mira a una massima validità ecologica e all'osservazione dei soggetti nei contesti lavorativi reali. Una possibile modalità di raccolta dati può consistere nel combinare le tecniche etnografiche, derivanti dalle scienze sociali, con i metodi tipici dell'analisi cognitiva della traduzione. Ad esempio, Ehrensberger-Dow (2014:366) descrive un'indagine svolta presso un fornitore di servizi linguistici svizzero in cui sono stati combinati *eye-tracking* e *computer logging* con osservazioni etnografiche e interviste. È anche possibile ricorrere anche alle sole scienze sociali e, in particolare, a una triangolazione incentrata sui dati provenienti da interviste e osservazione partecipante, come fanno Risku (2016) e Kuznik (2012) nell'analizzare il processo traduttivo presso alcune agenzie di traduzione rispettivamente a Vienna e a Barcellona.

La ricerca etnografica comporta sfide di varia natura ma anche considerevoli vantaggi. Di seguito vengono riepilogate in un primo momento le difficoltà riscontrate più di frequente in

letteratura e, successivamente, i vantaggi derivanti dall'applicazione dei metodi etnografici negli studi traduttivi.¹³

Tra le sfide riscontrate più di frequente dai ricercatori vi è la difficoltà nell'individuare un *setting* adeguato e soggetti disposti a partecipare all'indagine. Questo implica anche l'ottenimento dell'autorizzazione da parte dei responsabili delle organizzazioni studiate, aspetto che può comportare il trascorrere di diversi mesi tra il contatto iniziale e l'inizio dello studio (Risku 2017:299). Fondamentale è, al contempo, il mantenimento dell'anonimato dei partecipanti e la rimozione di informazioni sensibili. Come riscontra Pedersen (2016:229), questo può ridurre la mole di dati potenzialmente analizzabili da parte del ricercatore. Il ricercatore si troverà inoltre di fronte a una quantità enorme di elementi osservabili e, data la natura esplorativa di molti studi, inaspettati. Per questo motivo sarà necessario adottare un approccio selettivo (Corbetta 2015:30) e definire cosa, perché, quando e come analizzare (Risku 2016:114), pur rimanendo aperti a dati inattesi.

Da un punto di vista di analisi e interpretazione dei dati, alcuni limiti dell'osservazione possono derivare dalla natura soggettiva dei dati raccolti, dalla non generalizzabilità dei casi studiati e dall'impiego di procedure non standardizzate.¹⁴ Tuttavia, riprendendo Corbetta (2015:56–57), questi limiti rappresentano anche i tratti distintivi dell'osservazione partecipante:

Questo approccio alla conoscenza sociale [...] non ha il complesso dell'oggettività, non ha paura di essere accusato di soggettivismo. Anzi, rivendica il valore della propria soggettività, affermando che solo attraverso il coinvolgimento personale si può arrivare alla comprensione, e che la conoscenza autentica è solo quella che passa per l'esperienza diretta.

Per quanto riguarda i vantaggi dell'approccio etnografico riscontrati negli studi traduttivi, si sottolineano numerosi aspetti. In primo luogo, il soggiorno prolungato del ricercatore presso la comunità studiata gli consente di restringere in maniera progressiva il focus dell'indagine e catturare elementi che emergono nel corso della sua permanenza (Hubscher-Davidson 2011:7) e degni di ulteriore approfondimento. Alcuni aspetti possono risultare inaspettati o sorprendenti. Ad esempio, nello studio condotto sul campo da Ehrensberger-Dow (2014:375), emerge una concezione sia positiva che negativa da parte dei traduttori degli strumenti disponibili sul posto di lavoro. I traduttori intervistati sottolineavano come le memorie di traduzione, i testi paralleli e le linee guida stilistiche restringessero in molti casi la loro autonomia e creatività. Questo aspetto non era emerso durante gli

¹³ I vantaggi e i limiti del metodo verranno poi ripresi e circoscritti al presente progetto di ricerca nel capitolo 2.

¹⁴ Per quanto riguarda i limiti dell'osservazione partecipante adottata nel presente progetto si rimanda al paragrafo 2.4.2.

esperimenti di natura più cognitiva condotti in laboratorio e ha spinto il team di ricercatori a rivolgere l'attenzione a due questioni oggi centrali in ambito traduttivo: l'interazione uomo-macchina e l'ergonomia fisica e cognitiva¹⁵ sul posto di lavoro (Ehrensberger-Dow 2014:379).

Un ulteriore vantaggio deriva dall'elevata validità ecologica della ricerca etnografica, che consente al ricercatore di studiare la traduzione come attività lavorativa nei contesti reali in cui questa si svolge (Milošević e Risku 2020:113). Ciò implica un'estensione del campo di indagine dai contesti di traduzione professionale a quelli in cui la traduzione viene svolta su base volontaria o come attività collaterale. Alcuni esempi sono gli studi etnografici di Tesseur (2017) sulla traduzione professionale e non professionale presso Amnesty International e di Hild (2017) sugli interpreti non professionisti in ambito ecclesiastico.

Inoltre, la ricerca di stampo etnografico può consentire ai ricercatori di colmare il divario che divide ricerca e pratica. Come osserva Sun (2014), questo divario è dovuto a quattro fattori. In primo luogo, molti traduttori professionisti si occupano oggi di traduzione non letteraria. Tuttavia, per molti anni il focus della ricerca teorica negli studi traduttivi è stata la traduzione letteraria. In secondo luogo, i traduttori professionisti si aspettano contenuti di natura prescrittiva, ad esempio sulle *best practices* di gestione dell'incarico traduttivo e sugli strumenti da impiegare. Gli studi traduttivi, soprattutto in ambito teorico, hanno invece una connotazione più descrittiva che prescrittiva. In terzo luogo, mancano indagini di natura economica e industriale, mentre viene dato più spazio alla dimensione sociale e culturale. Infine, molti capisaldi degli studi traduttivi relativi al lavoro del traduttore non rispecchiano più le pratiche lavorative attuali. Questo divario rischia di danneggiare la ricerca stessa e va colmato rivolgendo lo sguardo a contesti di lavoro reali (Sun 2014:186–87). La ricerca etnografica, per le caratteristiche esposte sopra, offre al ricercatore strumenti che gli consentono di scendere in campo in prima persona e osservare tutti i contesti – professionali e non – in cui si svolge l'attività traduttiva.

1.2.1.5 I *workplace studies*

I *workplace studies* mirano all'analisi approfondita del lavoro, delle tecnologie e delle interazioni che caratterizzano le organizzazioni complesse (Knoblauch e Heath 1999:163). I ricercatori adottano di frequente il metodo dell'osservazione partecipante, conducono interviste e analizzano dati audiovisivi raccolti nei setting naturali dei soggetti studiati (Knoblauch e Heath 1999:168). L'utilizzo di questi

¹⁵ La dimensione ergonomica ha guadagnato terreno negli ultimi anni negli studi traduttivi, come si evince ad esempio dal tema e dai contributi del colloquio *Traducteurs à l'œuvre: approches ergonomiques des pratiques professionnelles et des formations de traducteurs* del 2015. Si rimanda in particolare a Kuznik (2016a).

metodi è finalizzato a cogliere le esigenze sociali e organizzative del sistema analizzato sulla base di approcci di stampo naturalistico (Heath, Knoblauch, e Luff 2000:301).

Nella tabella sottostante viene proposta una panoramica¹⁶ dei *workplace studies* che pone l'accento su tre modalità di classificazione: i luoghi di lavoro osservati, i diversi temi di ricerca e gli approcci interdisciplinari adottati in alcuni dei *workplace studies* svolti in ambito traduttivo.

Luoghi analizzati	Agenzie di traduzione (Bundgaard 2017; LeBlanc 2013; Olohan e Davitti 2017; Risku 2016; Sannholm 2021; Teixeira e O'Brien 2017; Christensen e Schjoldager 2019), traduzione in istituzioni europee ed enti governativi (Duflou 2016; Geuchte e Vaerenbergh 2016; Hébert-Malloch 2004; Koskinen 2008), dipartimento di traduzione di enti di ricerca (Olohan 2017), postazione di traduttore freelance (Risku 2014), agenzia di marketing (Pedersen 2016), interpretariato in tribunale (Kinnunen 2010a), case editrici (Buzelin 2006), interpretariato non professionale in chiesa (Hild 2017), traduzione teatrale (Marinetti e Rose 2013), agenzie di sottotitolazione (Beuchert 2017), traduzione in imprese private (Kuznik 2016b; Lebtahi e Ibert 2004).
Temi di ricerca	Ergonomia sul posto di lavoro del traduttore (Ehrensberger-Dow e Hunziker Heeb 2016), interazione tra traduttori e tecnologie di traduzione (Bundgaard 2017; Bundgaard e Christensen 2019; Bundgaard, Paulsen Christensen, e Schjoldager 2016; Teixeira e O'Brien 2017), interazione e cooperazione tra traduttori (Risku 2014, 2016) o tra traduttori e clienti (Risku, Pein-Weber, e Milošević 2016), conflitti nel processo traduttivo (Risku, Milosevic, e Rogl 2021), ruolo della fiducia nel processo traduttivo (Abdallah 2012; Abdallah e Koskinen 2007; Olohan e Davitti 2017), fattori esterni e interni del processo di sottotitolazione (Beuchert 2017).
Approcci interdisciplinari	Studi traduttivi e sociologia delle professioni (Monzó-Nebot 2006), studi traduttivi e teoria dell'attore-rete (Abdallah, 2010, 2012, 2014; cfr. Buzelin, 2005), studi traduttivi, sociologia del lavoro ed ergonomia organizzativa (Kuznik 2012, 2016a; Kuznik e Verd 2010), studi traduttivi e <i>practice theory</i> (Olohan 2017).

Tabella 1 - Panoramica dei *workplace studies*

Sebbene la tabella comprenda solo una selezione degli studi etnografici svolti in ambito traduttivo, emerge chiaramente la varietà di tematiche e di approcci adottati. Dando uno sguardo alle date di pubblicazione, si evince inoltre che il filone dei *workplace studies* ha preso piede in ambito traduttivo a partire dagli anni 2000 e ha visto un rapido sviluppo negli ultimi anni.

¹⁶ Una panoramica viene fornita anche in Risku et al. (2017) e in Ehrensberger-Dow e Massey (2019).

1.2.1.5.1 Luoghi analizzati

Per quanto riguarda i luoghi analizzati, i contesti osservati più di frequente sono le agenzie di traduzione. Uno dei primi studi è quello di Risku (2016) che nel 2004 ha analizzato tramite osservazione partecipante l'operato dei *project manager* di un'agenzia di traduzione viennese. L'indagine era particolarmente innovativa per l'epoca e ha fatto emergere alcuni aspetti solitamente ignorati negli studi traduttivi, come le difficoltà connesse all'interazione con i clienti, nonché le sfide dettate dalla gestione dell'incarico traduttivo e dei documenti a esso connessi. Da un'analisi approfondita degli artefatti, Risku (2016:154) spiega come una delle principali sfide derivi dalla difficoltà nel tenere traccia dei diversi progetti e dal sovrapporsi di documenti aggiornati in locale ma non in maniera centralizzata. Sorprendente per l'epoca è anche la descrizione dettagliata delle diverse comunità coinvolte nel processo: i *project manager* dell'agenzia di traduzione, una società di tecnologie linguistiche che fornisce strumenti all'agenzia, i singoli clienti con esigenze, combinazioni linguistiche e scadenze diverse. Con questi ultimi, i problemi riscontrati nel corso dell'osservazione derivano dall'invio di testi frammentati, dalla mancanza di contesto, da formati incompatibili o da conflitti in termini di ruoli e responsabilità (Risku 2016:154–94). Inoltre, dall'analisi emerge come i *project manager* dell'agenzia viennese, nel loro ruolo di intermediari tra clienti e traduttori, tutelino gli interessi di entrambe le parti protendendo talvolta più verso le esigenze dei clienti e talvolta più verso quelle dei traduttori freelance. Emerge dunque un'immagine dinamica delle comunità osservate, in cui i confini tra un gruppo e l'altro si intersecano in continuazione. Risku parla infatti di *shifting communities* (Risku 2016:234).

Un secondo ambiente osservato sono le istituzioni europee. Una delle prime indagini condotte in questo contesto tramite osservazione partecipante è quella di Koskinen del 2008. Koskinen si cala all'interno dell'unità di traduzione finlandese della Commissione Europea e adotta un disegno di ricerca a più livelli che combina etnografia istituzionale, osservazione, focus group e analisi testuale. Dall'analisi emerge chiaramente come i traduttori dell'unità finlandese rappresentino una comunità a sé stante, non pienamente integrata nell'istituzione in cui operano e in parte invisibile agli occhi di quest'ultima. Al contempo, la loro attività traduttiva è profondamente influenzata dalle politiche e dalle finalità dell'istituzione. Anche Duflou (2016) combina più fonti di dati e attinge all'osservazione partecipante, alle interviste e all'analisi di documenti istituzionali per indagare quali competenze devono acquisire gli interpreti del Parlamento e della Commissione Europea per svolgere i propri incarichi. Dalla sua indagine emerge in particolare la dimensione situata dell'apprendimento. In altre parole, l'interprete non è un soggetto isolato ma un membro attivo di una comunità che apprende e trae vantaggio da pratiche collaborative e dall'interazione con gli altri membri della comunità

professionale di cui fa parte. Geuchte & Vaerenbergh (2016) analizzano invece il processo di redazione e traduzione testuale attuato dalla Direzione Generale della Traduzione della Commissione Europea. Per farlo, monitorano le varie fasi del processo nel portale utilizzato sia dai redattori che dai traduttori per comunicare e per scambiarsi informazioni. Nel corso dell'indagine, i ricercatori notano come il processo di redazione e quello di traduzione si influenzino a vicenda. Ad esempio, i traduttori tendono a riportare ai redattori frasi errate o ambiguità nel testo di partenza e i redattori a loro volta ne tengono conto durante la redazione dei testi successivi. Questo aspetto conferma quanto sostiene Schubert (2007), ossia la necessità di analizzare la comunicazione specialistica in maniera olistica, come una serie di attività in cui la redazione e la successiva traduzione sono strettamente interconnesse e si influenzano reciprocamente. Entrambi i processi si configurano come pratiche collaborative di produzione testuale (cfr. Risku e Freihoff 2000).

I professionisti della mediazione linguistica vengono osservati anche in altri contesti, quali tribunali, agenzie di sottotitolazione e nelle rispettive abitazioni. Kinnunen (2010a) studia ad esempio l'operato di alcuni interpreti finlandesi in Tribunale attingendo a diverse fonti di dati, tra cui le osservazioni e le note prodotte sul campo durante quattro procedimenti penali. L'analisi rivela una contraddizione tra il contesto in cui opera l'interprete – strutturato come ambiente monolingue – e l'attività stessa dell'interprete, che implica l'utilizzo di una o più lingue straniere. Questa contraddizione si evince dall'assenza di criteri di selezione di interpreti sufficientemente qualificati, dalla mancata condivisione di materiale giudiziario con gli interpreti e talvolta dall'incomunicabilità tra l'interprete e la parte coinvolta per via di dialetti diversi non indicati in fase di attribuzione dell'incarico. L'analisi di Kinnunen mostra inoltre la rilevanza pratica dei *workplace studies*: il ricercatore non solo raccoglie dati caratterizzati da un'elevata validità ecologica ma porta alla luce le criticità connesse all'attività professionale del traduttore in un contesto specifico. Indagini di questo tipo si possono concretizzare in proposte pratico-operative per gli enti e le organizzazioni interessate.

Nello studio di Risku del 2014, un traduttore viene osservato nella sua postazione di lavoro per rilevarne le routine e le pratiche quotidiane. Nel corso di due soli giorni di osservazione sul campo, Risku ricostruisce una vasta rete di interazioni tra diversi soggetti coinvolti in un progetto di ricerca per cui è richiesta una traduzione: il traduttore, lo sponsor del progetto, il responsabile del progetto di ricerca, i traduttori precedenti, le agenzie di traduzione e i freelance valutati per il progetto, l'unità amministrativa che stipula il contratto con il traduttore e un collega addetto alla revisione. Va sottolineato che l'indagine di Risku è incentrata in prima battuta sulla prospettiva del traduttore professionista. Pertanto, la prospettiva delle aziende che richiedono il servizio di traduzione viene approfondita solo marginalmente e in relazione all'operato del traduttore.

Dopo un'attenta analisi della letteratura in materia di *workplace studies* in ambito traduttivo, sono state individuate solo due indagini in cui il processo traduttivo viene studiato dal punto di vista di imprese private non operanti nel mondo dei servizi linguistici. La prima è l'indagine di Kuznik (2016b), che mirava a definire il tipo di attività svolte da un traduttore *in-house* di una PMI polacca tramite osservazione partecipante. Nel corso dell'indagine, Kuznik attinge a documenti aziendali, a una intervista svolta con il traduttore e alle note raccolte sul campo per stabilire quali testi vengano tradotti più di frequente, quali attività svolga il traduttore e in quali situazioni comunicative il soggetto venga coinvolto come interprete. L'indagine è interessante e unica nel suo genere poiché viene approfondito per la prima volta un contesto aziendale e, in particolare, il punto di vista del traduttore che opera al suo interno. Dall'analisi emerge la natura versatile e dinamica delle attività svolte dal traduttore. Queste spaziano dalla redazione e traduzione alle mansioni di segreteria, fino all'organizzazione di eventi. Anche la denominazione della posizione lavorativa ricoperta dal soggetto – *traduttore in-house* – non rispecchia propriamente la natura del suo ruolo. Come osserva Kuznik (2016b:227), si tratta di un esperto in comunicazione multilingue che non è specializzato in traduzione né assunto per dedicarsi esclusivamente a questa attività. In letteratura una figura di questo tipo viene definita traduttore paraprofessionale (Pym 2011:87) ma viene analizzata di rado in ambito aziendale. La seconda indagine è di Lebtahi e Ibert (2004), che analizzano il processo traduttivo in tre contesti: una emittente televisiva, un'agenzia di infomediazione e un'agenzia di traduzione. Se si esclude l'agenzia di traduzione, negli altri due casi la traduzione non è la principale fonte di profitto delle imprese ma un'attività collaterale. Nell'emittente televisiva le traduzioni vengono svolte da un traduttore stagista, mentre nell'agenzia di infomediazione da traduttori esterni o da figure ibride interne che si occupano sia di redazione giornalistica che di traduzione. Lebtahi e Ibert (2004) notano dunque un ricorso a figure sia interne che esterne per lo svolgimento delle traduzioni. Questa pratica influisce sull'evoluzione delle competenze traduttive di entrambe le tipologie di figure coinvolte: i traduttori interni risultano sempre più polivalenti nel tipo di attività svolte mentre quelli esterni si specializzano sempre di più nel dominio di interesse dell'azienda.

1.2.1.5.2 Temi di ricerca

Dal paragrafo precedente si evincono già alcuni dei temi di ricerca più frequenti nell'ambito dei *workplace studies*. In questo paragrafo si vogliono presentare alcuni degli studi più rilevanti per il presente progetto di ricerca limitatamente a quattro aree tematiche: l'ergonomia sul posto di lavoro, la cooperazione tra diverse figure coinvolte nel workflow traduttivo, il ruolo della fiducia e i conflitti che possono scaturire nel corso del processo traduttivo.

Per quanto riguarda l'ergonomia sul posto di lavoro, si può menzionare il progetto *Cognitive and Physical Ergonomics of Translation* condotto da Ehrensberger-Dow e dai suoi collaboratori all'Università di Scienze Applicate di Zurigo (2015; 2016). Nell'ambito di questo progetto, i ricercatori hanno analizzato traduttori operanti in contesti diversi. Un primo gruppo di traduttori faceva parte dello staff di alcune agenzie di traduzione, un secondo gruppo era impiegato all'interno di istituzioni e un terzo gruppo era composto da traduttori *freelance*. Queste variabili sono state messe in relazione con le dimensioni dei gruppi di lavoro in cui i soggetti operavano (da 1 a 3 o più persone) e con gli strumenti impiegati (principalmente CAT Tools). L'indagine così svolta ha consentito di individuare le strategie impiegate dai diversi soggetti e il modo in cui questi si relazionano con il rispettivo luogo di lavoro su tre livelli: a livello fisico, a livello cognitivo e a livello organizzativo. Tra le differenze più evidenti vi sono una gestione piuttosto flessibile del lavoro e l'assenza di interazioni che contraddistinguono il lavoro dei *freelance* rispetto a quello dei traduttori impiegati in istituzioni e agenzie. D'altra parte, questi ultimi dispongono di postazioni di lavoro meglio equipaggiate ma la loro attività è fortemente influenzata dalle interazioni e/o distrazioni che si verificano sul luogo di lavoro.

Altri studi si concentrano sulla dimensione interazionale e cooperativa del processo traduttivo. Ad esempio, in uno studio del 2016, Risku, Pein-Weber e Milošević indagano la duplice prospettiva di un traduttore e di un suo cliente svolgendo interviste con ciascuno di loro. In particolare, ricostruiscono le aspettative reciproche in termini di responsabilità nella ricerca terminologica, nella gestione del layout e nella valutazione della qualità. A ciascuna delle parti coinvolte è stato inoltre chiesto cosa si aspetta in termini di orari lavorativi e deadlines. Dallo studio emerge che una soddisfazione reciproca può essere raggiunta solo se entrambe le parti forniscono il proprio contributo alla buona riuscita del lavoro (cfr. Risku, Pein-Weber, et al. 2016:1002).

Nello studio di Olohan e Davitti (2017) viene invece analizzato il ruolo della fiducia in due agenzie di traduzione del Regno Unito. Durante l'osservazione, la fiducia emerge in diverse forme. Ad esempio, nelle fasi iniziali di contrattazione delle agenzie con i clienti privati, i ricercatori notano la produzione di diversi documenti volti a scoraggiare la violazione della fiducia reciproca, come richieste di pagamento anticipato, ordini di acquisto, contratti, accordi relativi alla proprietà delle memorie di traduzione. In alcuni casi, la fiducia viene messa a rischio dal cliente. Alcuni esempi sono le pressioni in termini di deadlines o l'aggiunta di parole o frasi all'interno di documenti già inviati in traduzione o addirittura già tradotti.

Lo studio di Abdallah (2012) fa emergere sia il ruolo della fiducia che le cause dei conflitti all'interno di una catena di produzione di traduzioni nel settore audiovisivo. Tra le fonti di dati utilizzate vi sono le interviste con otto traduttori finlandesi svolte tra il 2005 e il 2011, le osservazioni

sul campo e l'esperienza personale come membro del team tra il 1999 e il 2000. Dallo studio emerge la complessità dell'ambiente lavorativo in cui operano i traduttori. Come spiega Abdallah (2012:39–40), molte delle criticità e dei conflitti derivano da asimmetrie nella condivisione delle informazioni, da obiettivi contrastanti e dalla mancanza di fiducia tra le varie figure coinvolte nel processo. A complicare il lavoro dei traduttori vi è inoltre la mancanza di supporto e la non condivisione di informazioni potenzialmente utili per la buona riuscita del lavoro. Abdallah conclude che la rete di produzione osservata può essere descritta come un sistema economico a basso capitale, i cui membri non si sentono né ascoltati né apprezzati.

Vi è infine lo studio di Risku, Milošević e Rogl (2021), che verte sui fattori che causano frizioni, irritazione e conflitti tra un'agenzia di traduzione e un'azienda. Anche in questo caso l'osservazione partecipante viene svolta presso l'agenzia di traduzione ma i dati così raccolti vengono triangolati con quelli derivanti dalle interviste semi strutturate condotte con l'azienda. Dal confronto dei due punti di vista emergono le seguenti cause di frizione:

- a. mancanza di tempo, denaro e attenzione ai progetti traduttivi. L'impresa analizzata tende a vedere in maniera critica le lunghe tempistiche necessarie per lo svolgimento delle traduzioni e non sembra dare peso alle richieste di chiarimento da parte dei traduttori.
- b. Visioni contrastanti in termini di responsabilità. Un esempio è la convinzione, da parte dell'azienda, che l'agenzia di traduzione non debba mettere in dubbio eventuali correzioni apportate dal personale aziendale. L'impresa racconta persino di agenzie con cui la collaborazione è stata interrotta perché non veniva applicata la terminologia richiesta.¹⁷
- c. Reti sociali e tecnologiche altamente complesse. Questa complessità è evidente quando le domande dei traduttori devono essere inoltrate dai *project manager* al personale aziendale. La presenza di più parti coinvolte nel processo e le difficoltà – da parte dell'impresa – nel comprendere le domande poste può dare adito a conflitti e frizioni. Tuttavia, come osservano le ricercatrici, l'agenzia attua misure finalizzate a prevenire tali conflitti. Ad esempio, le traduzioni vengono affidate sempre agli stessi traduttori e a questi viene richiesto di acquisire familiarità con i prodotti dell'azienda.

¹⁷ Citando l'impresa stessa, i conflitti nascono quando i traduttori: “think they're cleverer than they are, view their solution as correct and discount everything else” (Risku, Milosevic, e Rogl 2021:153). In mancanza di dati raccolti presso l'impresa, è difficile risalire alle cause di tale scontento e analizzare come queste criticità sono state gestite dal personale aziendale.

1.2.1.5.3 Approcci interdisciplinari

Come si evince dai paragrafi precedenti, il processo traduttivo è profondamente influenzato da fattori sociali e organizzativi. Tuttavia, sono ancora pochi gli studi traduttivi svolti sul campo che attingono alla sociologia del lavoro¹⁸ o a discipline di stampo organizzativo e industriale per approfondire tali aspetti. L'assenza di interdisciplinarietà può essere ricondotta a due fattori principali. In primo luogo, la ricerca si è spesso concentrata sulla traduzione come pratica professionale e meno come lavoro vero e proprio (Risku, Rogl, e Milosevic 2017:8). In secondo luogo, come osservano Kuznik e Verd (2010:29), il metodo di ricerca prediletto fino a pochi anni fa negli studi traduttivi è stato il sondaggio, in particolare la somministrazione di questionari¹⁹ e lo svolgimento di interviste. Ciò implica un'analisi dei soggetti al di fuori del loro contesto lavorativo e l'impossibilità per il ricercatore di verificare di prima mano la veridicità di quanto dichiarato o la presenza di elementi potenzialmente rilevanti per la sua ricerca ma non noti al soggetto studiato.

Tra i pochi studi di natura interdisciplinare identificati in letteratura, si ritiene opportuno illustrarne due di particolare interesse. Il primo studio è lo studio di Kuznik (2012, 2016b), incentrato sull'analisi della pratica traduttiva dal punto di vista della sociologia del lavoro e basato sulla definizione di processo lavorativo fornita da Verd (2007:150). Secondo Verd, un processo lavorativo si contraddistingue per:

- a. una serie di interazioni di varia natura tra
- b. soggetti sociali e strumenti,
- c. svolta in una determinata situazione spazio-temporale e
- d. in diverse sfere di attività (economica, produttiva, organizzativa ecc.),
- e. con l'obiettivo di modificare in maniera materiale o simbolica un prodotto (cfr. Kuznik 2016a:215).

Questa prospettiva viene applicata da Kuznik in ambito traduttivo, per descrivere le caratteristiche del lavoro svolto dai traduttori di un'agenzia di traduzione e, in caso di esternalizzazione, l'organizzazione del lavoro in collaborazione i traduttori esterni. Un dato interessante è l'individuazione di diversi fattori che 'disturbano' o interrompono temporaneamente il processo

¹⁸ Alcuni approcci di natura sociologica all'analisi della professione del traduttore vengono proposti in Monzó-Nebot (2006) e in Tyulenev (2015).

¹⁹ Si vedano le indagini tramite questionario sullo status dei traduttori professionisti danesi di Dam e Zethsen (2009, 2011) e su quelli irlandesi di Moorkens (2020). In altri casi vengono rilevate le pratiche di revisione delle agenzie di traduzione danesi (Rasmussen e Schjoldager 2011) e di quelle austriache (Schnierer 2019). Ruokonen e Hjort (2019) svolgono invece un'indagine sui traduttori in-house di diverse organizzazioni finlandesi. Più incentrate sull'interazione tra CAT Tools e traduttori sono gli studi di O'Brien e Moorkens (2017) e di O'Brien, Ehrensberger-Dow, Hasler e Connolly (2017). Il primo analizza le funzioni dei CAT Tools che risultano più irritanti per i traduttori mentre il secondo mira a rilevare le esigenze di questi ultimi nell'interazione con lo strumento. In tutte le indagini menzionate il focus è limitato ai traduttori professionisti.

lavorativo dei soggetti studiati, ad esempio la necessità di rielaborare file illeggibili, la ricerca disperata di un traduttore irraggiungibile e l'apporto di modifiche a un testo già tradotto su richiesta di un cliente presentatosi di persona in sede.

Il secondo studio è di Olohan (2017) che adotta la prospettiva della *practice theory* per analizzare diverse forme di conoscenza nelle pratiche lavorative del reparto di traduzioni di un ente di ricerca. Secondo la prospettiva adottata da Olohan, la conoscenza è situata ed emerge da pratiche condivise sul posto di lavoro. Nel setting studiato, Olohan individua cinque forme di conoscenza:

- a. "Knowing as Situated in Time and Place". Questa forma di conoscenza emerge dall'abilità con cui i traduttori traducono le tipologie testuali specifiche dell'ente in cui operano. Di quest'ultimo conoscono le attività e il personale interno, con cui si relazione quotidianamente e in diverse occasioni;
- b. "Knowing in Regimes of Doings and Sayings". In questo caso la conoscenza dei traduttori emerge da come questi plasmano e prendono parte a pratiche lavorative condivise da tutto il gruppo di lavoro. Un esempio sono le modalità di assegnazione e svolgimento dei singoli incarichi traduttivi;
- c. "Knowing as Materially Mediated". La conoscenza è, in questo caso, di natura strumentale ed emerge dal modo consapevole con cui i traduttori interagiscono con gli ausili tecnologici sul posto di lavoro;
- d. "Knowing as Embodied". Questa forma di conoscenza è legata alla dimensione fisica e corporea. Olohan (2017:13) osserva ad esempio come una delle traduttrici osservate utilizzi consapevolmente un certo tipo di scrivania durante le attività di revisione per ridurre i dolori alla schiena;
- e. "Knowing as Relational". La conoscenza emerge e viene plasmata anche a partire dalle interazioni tra i diversi traduttori. Un esempio è la revisione collaborativa dei testi tradotti che, grazie allo sforzo condiviso, consente l'individuazione di migliori strategie traduttive.

In maniera simile alle indagini illustrate in questa sede, il presente lavoro si configura come interdisciplinare. L'obiettivo consiste nell'analizzare il processo traduttivo attingendo non solo agli studi traduttivi ma anche alla ricerca di stampo organizzativo-aziendale in modo da descrivere la complessità del fenomeno studiato come pratica lavorativa e nel contesto specifico in cui questa si svolge.

1.2.2 Elementi del processo traduttivo

Nei paragrafi seguenti, il processo traduttivo viene scomposto in alcune sottocomponenti che ne consentono un'analisi più rigorosa. Vengono in particolare trattate le “fasi”, gli “attori”, gli “artefatti” del processo traduttivo e i “fattori contestuali” che hanno un impatto su di esso. L'obiettivo consiste nel ripercorrere i concetti chiave che hanno guidato l'analisi dei dati nell'ambito del presente progetto. Vista la rilevanza di questi elementi in letteratura e per il presente progetto, si ritiene opportuno analizzarli singolarmente come segue:

- a. le fasi del processo traduttivo: attingendo ai contributi di Schubert (2007:94–101), Gouadec (2007:15) e allo standard ISO 17100 (2015) si vogliono ricostruire le fasi principali che contraddistinguono il processo di traduzione. Le ragioni che hanno determinato la selezione di queste tre fonti vengono illustrate nel paragrafo 1.2.2.1;
- b. gli attori: nel paragrafo 1.2.2.2 viene ricostruito il profilo degli attori coinvolti di norma in un processo traduttivo e, più in generale, di comunicazione specialistica. Particolare attenzione verrà dedicata ai traduttori non professionisti, in quanto le caratteristiche di questi ultimi sono rilevanti per il presente progetto;
- c. gli artefatti: nel paragrafo 1.2.2.3 viene proposta una descrizione degli artefatti potenzialmente impiegabili dal traduttore sul posto di lavoro. La descrizione non si limita ai CAT Tools ma include anche ulteriori artefatti che possono avere un impatto sull'attività traduttiva. La scelta di non restringere il focus ai soli CAT Tools è motivata dal fatto che le pratiche traduttive interne alle piccole e medie imprese difficilmente ne prevedono l'utilizzo;
- d. i fattori che hanno un impatto sul processo traduttivo e sul relativo prodotto: nel paragrafo 1.2.2.4 viene presentato il concetto di *lenkende Einflüsse* (Schubert 2007:136) e vengono ricapitolati alcuni dei fattori più rilevanti per il presente lavoro.

1.2.2.1 Le fasi del processo traduttivo

Per le ragioni illustrate nel paragrafo 1.2, il processo traduttivo viene analizzato in questa sede come componente del più ampio processo di comunicazione specialistica. Secondo la prospettiva olistica proposta da Schubert (2007), la comunicazione specialistica si compone di una fase iniziale di produzione del testo, di una fase successiva di traduzione (o interpretazione) e di una fase finale di organizzazione del materiale prodotto. Nel nostro caso l'analisi verte sulla seconda fase, senza trascurare tuttavia il legame con la fase precedente e con quella successiva. La fase traduttiva verrà

infatti suddivisa in ulteriori sottofasi a partire dalla ricezione del documento inviato dal committente, alla traduzione vera e propria, fino alla revisione e organizzazione finale del materiale tradotto.

Per illustrare il contenuto di queste fasi, si attinge a tre fonti che descrivono in dettaglio il processo traduttivo. La prima descrizione del processo traduttivo è quella proposta da Schubert (2007:94–101) ed è stata scelta perché, come anticipato, Schubert colloca il processo traduttivo all'interno del più ampio processo di comunicazione specialistica. Il presente studio rispecchia questa prospettiva olistica (cfr. 1.2). La seconda descrizione è quella di Gouadec (2007:15), il quale illustra la fornitura di servizi traduttivi come un processo produttivo che va dalla ricezione dell'incarico fino alla consegna della traduzione. Questa descrizione rispecchia le pratiche lavorative reali ed è dunque stata selezionata come riferimento per la presente analisi. Infine, si è ricorsi alla norma ISO 17100 del 2015 sui requisiti per la fornitura di servizi traduttivi da parte di LSP (*Language Service Provider*, ossia fornitori di servizi linguistici).²⁰ In questa norma, il processo traduttivo viene suddiviso in una fase pre-produttiva (*pre-production process*), in una fase produttiva (*production process*) e in una fase post-produttiva (*post-production process*). Questa prospettiva, come quella di Gouadec, appare molto vicina alla pratica lavorativa reale. Inoltre, a differenza delle altre due fonti, questa ha finalità più prescrittive che descrittive e fornisce raccomandazioni per una corretta gestione dell'incarico traduttivo. Pertanto, la norma consente di ricostruire un processo traduttivo ideale e, per le finalità pratiche del presente lavoro, fornisce degli spunti di intervento migliorativo dei processi in essere nelle imprese locali.

Prima di presentare più in dettaglio i tre contributi, è opportuno fare due osservazioni. In primo luogo, la descrizione di Gouadec e la norma ISO 17100 fanno riferimento alla fornitura di servizi traduttivi da parte di LSP e non trattano dunque quanto avviene all'interno delle altre tipologie di aziende.²¹ Le due descrizioni forniscono comunque un ottimo punto di riferimento e consentono una comparazione tra le pratiche adottate dalle imprese locali e un processo traduttivo ideale. In secondo luogo, le tre descrizioni non si basano su materiale empirico e rappresentano le fasi del processo traduttivo in maniera prototipica. È probabile che nella pratica lavorativa non tutte le fasi vengano curate o che alcune si sovrappongano. Tuttavia, si ritiene che la comparazione di queste tre descrizioni fornisca una solida base per l'analisi delle fasi del processo traduttivo attuato dalle imprese esaminate nel presente lavoro.

²⁰ Con *fornitore di servizi linguistici* si fa riferimento a qualsiasi persona o organizzazione che fornisce servizi collegati alle lingue (si veda la norma ISO 17100 del 2015). Non si fa dunque riferimento alle sole agenzie di traduzione ma anche, ad esempio, a traduttori e interpreti freelance.

²¹ Schubert non specifica il contesto di riferimento ma fa anch'egli riferimento a un processo traduttivo ideale, più vicino alle pratiche adottate dalle agenzie di traduzione e dalle grandi organizzazioni.

Nella tabella seguente viene presentato in maniera sintetica il contenuto delle tre descrizioni. Per consentire una comparazione più agevole, le fasi proposte in ciascuna descrizione sono state raggruppate in quattro macrofasi: la fase propedeutica alla traduzione, la fase traduttiva vera e propria, la fase di revisione e la fase organizzativa finale.

Schubert (2007:94–101)	Gouadec (2007:15)	ISO 17100 (2015)
Fase propedeutica alla traduzione		
1. Rezeption des Ausgangsdokuments 2. Rezeption der Auftraggebervorgaben	1. <i>Pre-translation</i> a. prospects for clients b. translator negotiates with work provider c. translator and work provider agree on the service required d. contract or order is signed e. translator receives and checks translation kit	1. <i>Pre-production processes and activities</i> a. enquiry and feasibility b. quotation c. client-TSP agreement d. handling of project-related client information e. project preparation 2. <i>Production process</i> a. translation service project management
Fase traduttiva vera e propria		
3. Informationsrecherche 4. Werkstückplanung 5. Übersetzung 6. Werkstückgestaltung	2. <i>Translation:</i> a. pre-transfer: translator analyses material, clarifies ambiguities, retrieves information, prepares all raw material b. transfer: translator translates and checks own translation	2. <i>Production process</i> b. translation c. check
Fase di revisione		
7. Korrektur	<i>Translation:</i> c. post-transfer: translation is quality controlled (checks, proof-reading, revision, etc.). Deficiencies or errors are corrected	2. <i>Production process</i> d. revision e. review f. proofreading g. final verification and release
Fase organizzativa finale		
8. Endfertigung	3. <i>Post-translation</i> translation is validated, formatted, integrated or embedded and set up on relevant medium 4. <i>Final delivery</i>	3. <i>Post-production processes</i> a. feedback b. closing administration

Tabella 2 - Fasi del processo traduttivo (cfr. Schubert 2007; Gouadec 2007; ISO 2015)

Nei paragrafi seguenti ciascuna macrofase viene analizzata in maniera indipendente attingendo a quanto descritto nei tre contributi.

1.2.2.1.1 Fase propedeutica alla traduzione

Il processo traduttivo viene innescato dall'assegnazione di un incarico traduttivo.²² L'incarico può naturalmente differire a seconda del contesto e degli interessati coinvolti ma conterrà sempre un testo di partenza da tradurre verso una o più lingue di destinazione. Come si può intuire, il testo di partenza stesso è uno dei principali fattori che influisce sulla traduzione e sul testo di destinazione (Schubert 2007:95). Oltre al testo da tradurre, è possibile che il committente condivida ulteriori indicazioni, come la richiesta di localizzare il testo di arrivo o di attenersi a un certo numero di caratteri. Come si evince dalle descrizioni di Gouadec (2007:15) e dello standard ISO 17100 (2015), in questa fase ha anche luogo una negoziazione, in cui vengono definiti i costi, la *deadline* e la fattibilità dell'incarico. Si tratta di aspetti concordati prima dell'avvio della traduzione che assumono una certa rilevanza quando il testo viene tradotto esternamente all'ente o impresa che l'ha redatto, quindi nel caso dell'esternalizzazione a un LSP.

Le norme ISO 17100 suggeriscono inoltre di preparare il progetto traduttivo da un punto di vista amministrativo, tecnico e linguistico. Sul piano amministrativo è necessario che il LSP registri il progetto e individui le figure più idonee per lo svolgimento dell'incarico. Sul piano tecnico è necessario rendere il testo editabile per la traduzione, soprattutto quando questa prevede l'utilizzo di strumenti di traduzione assistita. Sul piano linguistico è necessario analizzare il contenuto del testo, identificare i termini chiave da tradurre secondo le richieste del cliente e, se presenti, avvalersi delle sue linee guida redazionali. Questa prima fase si conclude idealmente quando il traduttore incaricato riceve il testo e le informazioni di natura contenutistica, linguistica, grafica e organizzativa (cfr. Schubert 2007:95) di cui ha bisogno per lo svolgimento della traduzione.

1.2.2.1.2 Fase traduttiva vera e propria

Una volta ricevuto il testo, inizia la traduzione vera e propria. Come spiega Schubert (2007:96–100), un'attività centrale è la ricerca di informazioni (*Informationsrecherche*) da parte del traduttore. Durante la traduzione, egli dovrà inevitabilmente acquisire familiarità con la tipologia testuale trattata e individuare i termini e le espressioni impiegate nella cultura di destinazione. Vi è poi la

²² Con riferimento al *translation event* – e dunque al processo traduttivo osservabile esternamente – Chesterman (2013:156) ipotizza che il processo traduttivo inizi ancora prima, con la ricerca del traduttore idoneo allo svolgimento di un determinato incarico traduttivo.

progettazione del prodotto finale (*Werkstückplanung*) da un punto di vista contenutistico, linguistico e strutturale. Una volta definiti questi aspetti, ha luogo l'attività traduttiva che si conclude con la realizzazione di un prodotto finale (*Werkstückgestaltung*).

Per quanto riguarda la fase di traduzione vera e propria, la norma ISO 17100 fornisce una serie di indicazioni pratico-operative a cui il traduttore deve attenersi. Il traduttore dovrà ad esempio consultare il materiale di riferimento fornito dal cliente,²³ utilizzare una sintassi corretta, adottare le convenzioni ortografiche della cultura di destinazione, garantire la coesione lessicale e curare la formattazione del documento.

Un ulteriore aspetto si evince dal modello di Gouadec (2007:15). Quando la traduzione è ancora in corso, dunque nella fase che egli chiama *transfer*, ha luogo verosimilmente una autorevisione. Questa attività può verificarsi in maniera più o meno consapevole, durante o al termine della traduzione, e rispecchia la volontà del traduttore di monitorare il proprio operato ed eventualmente rimettere mano a sezioni già tradotte alla luce delle sezioni successive. Se svolta al termine della traduzione, questa pratica viene definita *check* nello standard ISO 17100 e viene distinta da altre attività di revisione svolte da soggetti diversi dal traduttore.²⁴

1.2.2.1.3 Fase di revisione

Nella fase di revisione avviene una correzione (*Korrektur*, cfr. Schubert 2007:101) del testo finale, con la quale si verifica che il traduttore abbia applicato correttamente le linee guida, sia da un punto di vista linguistico che nella strutturazione complessiva del documento finale. In Gouadec e nella norma ISO 17100 vengono elencate diverse tipologie di revisione che il revisore può attuare. In particolare, la norma ISO 17100 ne definisce chiaramente tre:

- a. *revision*: in questo caso la revisione del testo avviene sulla base di un confronto tra il testo di partenza e quello di destinazione. A revisione conclusa, può essere richiesta una nuova traduzione;

²³ Nello standard non vengono fornite indicazioni riguardo ai casi in cui il materiale o la terminologia di riferimento forniti dal cliente presentano errori o lacune. Si tratta tuttavia di una casistica verosimile, osservata nell'impresa analizzata per il presente lavoro e parzialmente in Risku et al. (2021). In quest'ultimo studio, il punto di vista dell'impresa (TW3) è piuttosto chiaro: "TW3 accepts that this terminology might not always be the best but he is adamant that translators have to use it nevertheless."

²⁴ In tedesco Künzli (2014:6) attua una distinzione tra *Selbstrevision* e *Fremdrevision*. A differenza della *Fremdrevision*, in cui la revisione viene svolta da un soggetto diverso dal traduttore, nella *Selbstrevision* il traduttore e il revisore coincidono. Inoltre, la *Selbstrevision* viene attuata in qualsiasi momento del processo traduttivo e non necessariamente a traduzione ultimata.

- b. *review*: in questo caso la revisione viene svolta sul solo testo di destinazione. Vengono valutate sia l'accuratezza rispetto al dominio trattato che l'adozione delle convenzioni della specifica tipologia testuale;
- c. *proofreading*: in questo caso la revisione è meno dettagliata ed è incentrata su eventuali errori di battitura e sulla verifica finale del layout.

Viene menzionata anche una fase finale denominata *final verification and release*, che consiste in una verifica finale attuata dal *project manager* dell'agenzia una volta ricevuto il testo dal revisore. Successivamente, il testo viene spedito al cliente e si procede alla fatturazione.

1.2.2.1.4 Fase organizzativa finale

In tutte e tre le descrizioni considerate, si menziona sempre una fase finale che ha luogo al termine del processo traduttivo vero e proprio. Schubert (2007:89) parla di *Endfertigung*, fase che consiste nella stampa o nella realizzazione del documento elettronico finale. Dando uno sguardo alle fasi del processo di comunicazione specialistica delineate da Schubert (cfr. 1.2), si noterà che la *Endfertigung* è strettamente legata alla fase dell'*Organisieren*. Quest'ultima consiste nella gestione della documentazione prodotta volta a favorirne il riutilizzo. In ottica traduttiva è indispensabile organizzare la documentazione multilingue prodotta in modo da aggiornare le banche dati o riciclarla per traduzioni future.²⁵

Dal punto di vista dei LSP, nella fase post-traduttiva rientrano anche l'elaborazione del feedback del cliente e l'archiviazione finale. Per quanto riguarda i feedback, è raccomandabile implementare processi di valutazione della soddisfazione del cliente, registrare le correzioni ricevute²⁶ e condividere i feedback con tutte le parti coinvolte. Per quanto riguarda l'archiviazione finale, si sottolinea l'importanza di conservare il materiale prodotto per il periodo di tempo necessario e in ottemperanza agli obblighi contrattuali e/o di legge in termini di conservazione, eliminazione e protezione dei dati.

²⁵ Come sottolinea Schubert (2007:133), mentre la produzione testuale e la traduzione sono temi centrali in letteratura, la dimensione organizzativa (*Organisieren*) viene di rado analizzata come fase a sé stante.

²⁶ I traduttori professionisti sono di norma consapevoli dell'importanza dei feedback per un processo di miglioramento continuo. Poco nota è invece la prospettiva del cliente privato e quanto egli sia propenso a fornire feedback. Uno spunto interessante proviene dall'indagine di Chiocchetti (2015:206–7) relativa all'Alto Adige. Tra i vari aspetti indagati, veniva chiesto alle imprese altoatesine se queste condividessero correzioni e revisioni con i traduttori. Dall'indagine emerge che i feedback vengono condivisi prevalentemente con chi traduce testi internamente all'azienda (aspetto segnalato da oltre metà dei rispondenti che dichiarano di fornire feedback) e più raramente con i traduttori esterni (aspetto segnalato da un sesto dei rispondenti che dichiarano di fornire feedback).

1.2.2.2 Gli attori coinvolti

Il processo traduttivo vede il coinvolgimento di una vasta rete di attori che va bene al di là del singolo traduttore. Questo aspetto si evinceva già dal modello di Holz-Mänttari del 1984 ma diviene ancora più evidente con i *workplace studies*.

Riprendendo la distinzione attuata da Schubert (2019) è possibile individuare due gruppi di soggetti coinvolti nel processo di comunicazione specialistica: *Fachkommunikatoren* e *Inhaltsfachleute*. Il primo gruppo comprende soggetti la cui attività lavorativa è dedicata interamente al *Kommunizieren*²⁷. Il secondo gruppo comprende invece soggetti che svolgono altre mansioni ma che vengono coinvolti nel processo comunicativo per la loro competenza specialistica. Nel primo gruppo rientrano i redattori tecnici, i traduttori, gli interpreti e gli *information manager*, mentre del secondo gruppo fanno parte, ad esempio, ingegneri o avvocati. Come spiega Schubert (2019), è altresì possibile che alcuni soggetti rivestano sia il ruolo di *Fachkommunikatoren* che di *Inhaltsfachleute*. Si può parlare in questo caso di *fachkommunizierende Inhaltsfachleute*. In questo gruppo rientrano ad esempio un ingegnere che redige la propria documentazione pur non essendo un redattore tecnico o un impiegato aziendale che redige e traduce il proprio testo pur non rivestendo egli stesso il ruolo di traduttore. Per le finalità del presente lavoro l'attenzione verrà dedicata ai *Fachkommunikatoren* – in particolare alla figura del traduttore – e unicamente a *Inhaltsfachleute* e *fachkommunizierende Inhaltsfachleute* con cui interagiscono i traduttori studiati.

Nei paragrafi seguenti viene approfondita in un primo momento la figura del traduttore, attuando una distinzione tra professionisti e non professionisti (cfr. 1.2.2.2.1), e successivamente vengono descritti i potenziali collaboratori con cui si deve interfacciare il traduttore nel corso del workflow traduttivo (cfr. 1.2.2.2.2).

1.2.2.2.1 Traduttori professionisti e non professionisti

Non è nostra intenzione addentrarci nell'analisi della competenza traduttiva.²⁸ Si ritiene tuttavia opportuno definire cosa si intende con “traduttore professionista” e identificare i tratti che distinguono i traduttori professionisti dai non professionisti. Mentre i primi hanno goduto di una certa attenzione nel corso del tempo, i traduttori non professionisti sono stati analizzati solo di recente nel filone di studi NPIT (*Non Professional Interpreting and Translation*). Riprendendo le parole di Grbić & Kujamäki (2018:114) i traduttori non professionisti sono quasi gli “elephants in the room”,

²⁷ Ossia al *comunicare*, attività che include sia la produzione che la traduzione di un testo.

²⁸ Per una panoramica sulle diverse accezioni dell'espressione *competenza traduttiva* e sui modelli sviluppati nel tempo si rimanda a Esfandiaria, Sepora e Mahadi (2015).

costituiscono cioè un gruppo ampio e rilevante in diversi contesti lavorativi che rischia di passare inosservato.

Di seguito attueremo in un primo momento una distinzione tra i concetti di “professionista” e “non professionista” ricorrendo ai contributi di Shreve (2020) e di Antonini et al. (2017) e, più in generale, tra “professionista” ed “esperto”. Successivamente verrà presentata una panoramica dei vari termini con cui ci si riferisce in letteratura ai traduttori non professionisti in modo da motivare la scelta, nel presente lavoro, della denominazione “traduttore non professionista”. Infine, verranno riassunti i contesti di traduzione non professionale trattati più di frequente in letteratura. Come si può intuire, particolare attenzione verrà dedicata al contesto aziendale.

Secondo la definizione proposta da Shreve (2020:154), un professionista è qualsiasi individuo che ha accumulato conoscenza in uno specifico campo e viene remunerato per l'attività che svolge. Inoltre, le attività di cui viene incaricato sono di norma indicate in annunci di lavoro o nei modelli di pratica professionale prodotti dalla comunità di professionisti di cui fa parte. Nel descrivere il profilo dei traduttori non professionisti, anche Antonini et al. (2017:7) partono dalla nozione di “professionista”. Come spiegano i ricercatori, il termine *professionista* richiama alla mente soggetti assunti appositamente per svolgere una data attività secondo un codice etico e standard precisi. I professionisti sono inoltre remunerati per svolgere tale lavoro e godono di un certo prestigio sociale legato al proprio status professionale. I traduttori non professionisti non rispecchiano di norma questa descrizione, sono soggetti considerati bilingui ma, al contempo: “they have received no specific education and/or training to translate and/or interpret” (Antonini et al. 2017:7). Combinando le osservazioni di Shreve e Antonini et al. emerge almeno in parte il profilo di un traduttore non professionista. Al contempo, Antonini e i suoi colleghi (2017:7) avanzano due osservazioni importanti. In primo luogo, non è possibile definire chiaramente il profilo dei traduttori non professionisti semplicemente capovolgendo la definizione di traduttore professionista o si rischierebbe di vedere esclusa una miriade di casistiche intermedie.²⁹ In secondo luogo, l'assenza di una formazione traduttiva e la natura collaterale delle attività traduttive che essi svolgono non implica necessariamente che questi soggetti siano incompetenti in ambito traduttivo.

Riguardo a quest'ultimo punto, è opportuno attuare una distinzione tra i termini *professionista* ed *esperto*. Riprendendo le parole di Shreve (2020:156): “‘professional’ is not a synonym for ‘expert’”. Con il primo sostantivo si fa riferimento all'esercizio di una certa professione, mentre con il secondo si rimanda più al piano della competenza individuale. Pertanto, è possibile che un soggetto non eserciti la professione di traduttore ma che abbia sviluppato nel tempo una competenza nello

²⁹ Come osservano Antonini et al. (2017:7): “such description would turn out to be not very accurate and should be accompanied by a number of caveats”.

svolgere determinate attività traduttive. Si può parlare ad esempio di *routine experts* (Hatano e Inagaki 1986) o di *experienced non-experts* (Bereiter e Scardamalia 1993)³⁰ per indicare le diverse forme di *expertise* che questi soggetti acquisiscono nel tempo con la pratica.

Riassumendo, la distinzione tra professionista e non professionista pone al centro dell'attenzione la professione svolta dal soggetto. Quest'ultimo può possedere diversi gradi di competenza, indipendentemente dalla professione che svolge. È verosimile supporre che un soggetto con una formazione in ambito traduttivo che esercita la professione di traduttore come unica professione possa considerarsi un esperto. Egli potrebbe anche avere un grado di *expertise* più elevato rispetto a un non professionista, ma non è sempre necessariamente così (cfr. Pym 2011:81). Al contempo, nell'analizzare i non professionisti non si deve partire dall'assunto che essi non siano minimamente competenti in materia.

Passiamo ora al secondo punto di analisi: le denominazioni con cui si fa riferimento agli interpreti e traduttori non professionisti e le ragioni che ci spingono a utilizzare la denominazione *traduttore non professionista*. Tra i primi termini impiegati nel filone NPIT si individua *natural translator* (Antonini 2011; Harris e Sherwood 1978), che deriva dalle osservazioni svolte in particolare da Harris negli anni '70 sui bambini bilingui. Nel tempo sono state poi adottate altre denominazioni. Le più ricorrenti sono *unprofessional translator* (Harris 2017), *non-professional translator* (Antonini e Bucaria 2015:9; Lörcher 2005:604) e *paraprofessional translator* (Koskela, Koskinen, e Pilke 2017:3). Nel presente lavoro non vengono adottate né la denominazione *traduttore naturale* (come traduzione di *natural translator*) né la denominazione *traduttore non professionale* (come possibile traduzione di *unprofessional translator* e di *non professional translator*). La prima pare infatti rimandare a una dote traduttiva innata mentre la seconda sembrerebbe implicare giudizi di natura qualitativa.³¹ Più utili per la descrizione dei soggetti studiati in questa sede sono le denominazioni *traduttore non professionista* e *traduttore paraprofessionale*. Con *traduzione paraprofessionale* si intende un'attività traduttiva svolta in un contesto lavorativo (Koskela et al. 2017:3) da parte, ad esempio, di normali impiegati parallelamente alle loro mansioni principali.

Sebbene entrambe le denominazioni (*traduttore non professionista* e *traduttore paraprofessionale*) riflettano con una certa accuratezza il tipo di figure che emergeranno nel corso della presente indagine, si è scelto di propendere per la prima delle due. Come osserva De Camillis (2021:37), la denominazione *traduttore non professionista* è la più consolidata e onnicomprensiva in

³⁰ La nozione di *expertise* applicata agli studi traduttivi viene approfondita ad esempio in Muñoz Martín (2014) e in Shreve (2006, 2020). Va sottolineato che con i termini indicati si fa sempre riferimento a forme di *expertise* parziali. Una *expertise* piena si sviluppa sulla base di input sempre nuovi che spingono il soggetto ad adattarsi e sviluppare nuove strategie (Muñoz Martín 2014:9). Shreve specifica che l'*expertise* piena si sviluppa tramite la pratica intenzionale (Shreve 2020:156–57) e non semplicemente accumulando esperienza (Shreve 2006:29).

³¹ In linea con le motivazioni fornite da Pym (2011:86, 97).

letteratura. Tale denominazione consente inoltre di sottolineare maggiormente che il focus dell'indagine è sulla mancata professionalizzazione dei soggetti e non sulle loro competenze.

Si considerino infine i vari contesti in cui l'attività dei traduttori non professionisti è stata oggetto di studio. Come osservano Antonini et al. (2017:2–3), nell'ambito della traduzione audiovisiva sono stati analizzati in particolare i fenomeni del *fansubbing* e *fandubbing*. Nell'interpretariato, particolare attenzione è stata invece rivolta ai contesti militari (Ruiz Rosendo 2022), emergenziali (Rogl 2017) e migratori (Taronna 2019). In ambito traduttivo un'indagine recente è quella di De Camillis (2021) sulla traduzione attuata da non professionisti nella Pubblica Amministrazione altoatesina. L'operato dei traduttori non professionisti in ambito aziendale emerge in maniera più o meno esplicita da una rosa molto ristretta di studi. Un esempio è il progetto di ricerca di Chiocchetti (2015) sulla gestione multilingue della conoscenza presso le imprese altoatesine, svolto somministrando questionari e conducendo interviste. Dall'analisi emerge che quasi tre quarti delle imprese coinvolte traduce “a volte”, “spesso” o “sempre” il materiale internamente e che solo un sesto di chi traduce ha conseguito una laurea in traduzione o interpretazione (Chiocchetti 2015:231). Prassi comune è anche l'autotraduzione dei testi da parte del personale impiegato, a prescindere dal ruolo dei singoli dipendenti.³² Molti dei soggetti coinvolti nella traduzione rientrano dunque nel profilo sopra descritto dei traduttori non professionisti. Un ulteriore contributo degno di nota è quello di Koskinen (2020). La ricercatrice non svolge un'indagine empirica ma introduce un concetto rilevante per il presente studio: la *translatoriality*. Con *translatoriality*, la studiosa fa riferimento al passaggio dinamico da una lingua straniera all'altra che caratterizza le organizzazioni multilingui (cfr. Koskinen 2020:60). Al loro interno, la traduzione viene svolta da e verso una o più lingue e viene richiesta da reparti diversi, ciascuno con le sue esigenze e finalità. Nel tentativo di gestire la *translatoriality* in tutta la sua complessità quotidiana, l'organizzazione ricorre non di rado a traduttori e interpreti non professionisti. Come spiega Koskinen (2020:65):

this latter form of translatoriality, the one without professional translators and interpreters, is the more common one, in the world at large and in organizations. In workplaces, various translatorial activities are constantly carried out by translators who are doing it alongside their occupational tasks, not necessarily labelling them translating or even recognizing their translatorial nature

³² Riprendendo le parole di alcuni degli intervistati riportate da Chiocchetti (2015:205): “ognuno deve fare le sue traduzioni: il tecnico le sue, il personale le sue” (INT 15), “ognuno se le scrive a modo suo” (INT 13)”. La tendenza alla autotraduzione è da ricondurre anche al bilinguismo che contraddistingue l'Alto Adige.

La traduzione a opera di non professionisti emerge in parte anche dal filone di ricerca del *corporate language management* (gestione linguistica aziendale, cfr. 1.3). Si tratta di un campo di studi di stampo organizzativo ed economico che non pone la questione traduttiva al centro delle proprie indagini. Tuttavia, si fa spesso riferimento a figure interne alle imprese che svolgono attività di mediazione linguistica pur non rivestendo il ruolo di traduttori e interpreti. Queste figure vengono spesso definite *language nodes* (Feely e Harzing 2003:46) o *bridge individuals* (Harzing, Köster, e Magner 2011:284). Si tratta solitamente di personale bilingue o di dipendenti delle sedi estere che non vengono assunti per ricoprire il ruolo di interpreti o traduttori ma, disponendo di competenze linguistiche in una o più lingue straniere, fungono da mediatori linguistici e culturali. L'assenza di un vero e proprio retroterra linguistico e la natura informale del loro ruolo li rendono equiparabili ai traduttori e interpreti non professionisti descritti in precedenza.

1.2.2.2.2 Collaboratori

Come emerso dagli studi empirici menzionati in 1.2.1.5, traduttori e *project manager* si trovano a cooperare con diversi attori durante il workflow traduttivo. Questi potenziali collaboratori vengono ricapitolati di seguito.

Come anticipato nel paragrafo 1.1.1.2, Holz-Mänttari ricostruisce diversi soggetti coinvolti nel processo traduttivo, tra cui il soggetto che necessita di una traduzione, il committente, l'autore, il traduttore, il soggetto che applica il testo tradotto e il destinatario. Va sottolineato che, secondo la concezione di Holz-Mänttari, traduttori e interpreti sono esperti dotati di un proprio potere decisionale e in grado di plasmare in maniera attiva la collaborazione con gli altri soggetti (cfr. Kinnunen 2010:71–72). Questa concezione non rispecchia necessariamente le pratiche lavorative odierne, come mostrano alcuni studi condotti in diversi contesti lavorativi (cfr. Abdallah, 2012; Abdallah & Koskinen, 2007; Kinnunen, 2010). Come Holz-Mänttari, anche Schubert identifica tra i soggetti coinvolti nel processo comunicativo gli autori del testo – in particolare i redattori tecnici – i traduttori, i committenti e i destinatari. A questi attori aggiunge i co-produttori, ossia il team che collabora alla produzione del testo di partenza, e gli informatori (Schubert 2009b:21), ossia i soggetti che forniscono una consulenza in caso di dubbi da parte del traduttore. Questa visione appare particolarmente vicina alla pratica lavorativa odierna e rispecchia la natura cooperativa sia della fase di redazione testuale che di quella traduttiva. In quest'ultima, il traduttore non agisce in totale autonomia, ma può avvalersi della consulenza dei propri colleghi traduttori o, nel caso dei traduttori *in-house*, degli esperti presenti in azienda.

1.2.2.3 Gli artefatti

Nella ricerca etnografica gli artefatti rappresentano un'ampia gamma di oggetti potenzialmente analizzabili dal ricercatore, che spaziano da apparecchi telefonici a *post-it* fino ad atti e documenti raccolti sul luogo osservato. Nel presente lavoro l'analisi viene circoscritta agli artefatti materiali e tecnologici (cfr. Risku 2016:151) utilizzati dagli attori coinvolti nelle diverse fasi del processo traduttivo e che hanno un impatto sul processo stesso o sul relativo prodotto. Una classificazione di massima viene fornita da Risku (2016:152–76), che individua cinque categorie di artefatti suddivisi in base alla loro funzione:

- a. artefatti a sostegno della comunicazione, che includono apparecchi telefonici, caselle di posta elettronica, fax, corrispondenza postale;
- b. artefatti per l'elaborazione degli incarichi traduttivi, tra cui software di elaborazione testuale, software per la conversione dei documenti da un formato all'altro, memorie di traduzione, strumenti di gestione terminologica, motori di ricerca, dizionari, tabelle, *post-it*;
- c. artefatti di natura amministrativa, come liste degli incarichi traduttivi in corso, portadocumenti, ordini di acquisto, *checklist*;
- d. artefatti per l'archiviazione, tra cui diversi tipi di supporti per la memorizzazione dei dati;
- e. strumenti di *project management*.

Sebbene alcuni artefatti possano rientrare in più categorie, questa classificazione di massima si è rilevata particolarmente utile in fase di analisi dei dati raccolti presso l'impresa osservata e verrà ripresa nel capitolo relativo allo studio di caso (cfr. 4.2.1.2 e 4.3.1.2).

1.2.2.4 I fattori contestuali che hanno un impatto sul processo

Prima di passare al capitolo metodologico si ritiene opportuno riepilogare i fattori contestuali che hanno un possibile impatto sul processo traduttivo. Questi possono essere artefatti, attori, politiche identificabili sul posto di lavoro che riducono o ampliano la sfera decisionale e le attività dei soggetti coinvolti. Questa concezione si rifà a quelli che Schubert (2009a:124) definisce *lenkende Einflüsse*, ossia tutti gli elementi osservabili durante il processo comunicativo che hanno un impatto sulle decisioni prese dai soggetti coinvolti e, in seconda battuta, sul contenuto specialistico del testo, sulla forma linguistica, sul mezzo tecnico (p.es. layout e formato) e sui processi lavorativi che portano alla realizzazione del testo finale.³³ Questi fattori possono avere origine dal soggetto che assegna

³³ In tedesco, Schubert utilizza le seguenti espressioni: *der fachliche Inhalt, der sprachliche Ausdruck, das technische Medium, die Arbeitsprozesse* (cfr. Schubert 2007:248).

l'incarico traduttivo – che fornisce ad esempio linee guida o istruzioni – ma anche dalle risorse consultate e dai collaboratori. Persino il destinatario reale o ipotizzato dal traduttore può avere un impatto sul modo in cui l'incarico viene gestito e sugli elementi linguistici del testo di arrivo.

Attingendo a questa concezione di *lenkende Einflüsse* oltre che al concetto di processo *situato* (cfr. 1.2.1.2), Krüger (2015) elabora il *Kölner Modell des situierten Fachübersetzens*. Sebbene il suo modello sia in parte di stampo cognitivo, i fattori individuati sono particolarmente rilevanti per il presente lavoro. Krüger (2015:293) individua tre categorie di fattori: i fattori fisici e psichici, i fattori sociali e gli artefatti. Tra i fattori fisici e psichici inserisce il clima sul posto di lavoro, lo stato fisico, la pressione a cui è sottoposto il traduttore e la sua motivazione. Tra i fattori sociali include il mercato del lavoro in cui opera il traduttore e il suo status sociale. Tra gli artefatti identifica gli ausili tecnologici presenti sulla postazione di lavoro, gli ausili di natura elettronica come software di elaborazione testuale e *browser*, nonché gli strumenti impiegati per ottimizzare il processo e il prodotto finale, come linee guida redazionali e glossari.

Con questo paragrafo si conclude la sintesi della letteratura relativa agli studi traduttivi. È stato delineato il *framework* teorico alla base del presente lavoro e sono stati circoscritti i concetti più rilevanti che hanno guidato l'analisi dei dati della parte empirica. Nei paragrafi seguenti l'attenzione verterà maggiormente sulla prospettiva aziendale e, per raggiungere questo obiettivo, si attingerà alla letteratura di stampo organizzativo-aziendale.

1.3 Imprese e comunicazione multilingue

Come anticipato, il presente lavoro pone le imprese al centro dell'analisi. Più nello specifico, si fa riferimento ad imprese la cui principale attività non consiste nella fornitura di servizi di linguistici.

Sebbene il presente lavoro si collochi nella sfera di ricerca degli studi traduttivi, si ritiene opportuno estenderne il *framework* teorico in modo da includere alcuni concetti provenienti dalla letteratura di stampo organizzativo-aziendale, in particolare dal campo del *corporate language management* (cfr. 1.3.1). L'obiettivo consiste nell'approfondire le strategie con cui le imprese gestiscono la comunicazione multilingue e nel verificare se tali strategie rientrano tra i fattori che esercitano un impatto sul processo traduttivo stesso. Come riscontrano Schäffner et al. (2014:508) a conclusione di uno studio empirico condotto in diverse organizzazioni: “the translation practices are related to translation and language policies of the respective institutions”.³⁴

³⁴ Schäffner et al. (2014) comparano le pratiche traduttive e i testi tradotti in tre diversi contesti istituzionali (il Ministero degli Affari Esteri tedesco, la Banca Centrale Europea e Amnesty International) e identificano un legame tra le politiche linguistiche di ciascuna organizzazione e le relative pratiche traduttive. Allo stesso modo Tesseur (cfr. 2012, 2014) identifica un legame tra la strategia linguistica di Amnesty International, le sue politiche traduttive e i testi tradotti.

Pertanto, in questo capitolo vengono approfonditi i concetti di “gestione linguistica aziendale”, “politica linguistica”, “pratica linguistica” e vengono forniti alcuni esempi di “strategie di gestione linguistica”. Infine, nel capitolo 1.3.5 vengono trattate le sfide relative alla traduzione e gestione della terminologia aziendale, particolarmente rilevanti per il presente lavoro.

1.3.1 Gestione linguistica

In letteratura l’espressione *language management* (gestione linguistica) viene utilizzata con diverse accezioni da diversi studiosi (Sanden 2016:521–23). I fondatori della *Language Management Theory* (Nekvapil e Sherman 2015) propongono una definizione di tipo sociolinguistico, secondo cui la gestione della lingua può avvenire sul piano individuale, con azioni correttive in fase di produzione o ricezione linguistica tra singoli individui, oppure a un livello superiore coinvolgendo istituzioni pubbliche ed enti governativi. Spolsky (2009:4) considera invece la gestione linguistica una delle tre componenti delle “language policies”, insieme alle “language practices” e ai “language beliefs”. Questa visione risulta più operativa si avvicina alla concezione aziendale di gestione linguistica pur non coincidendo con essa. Infatti, Spolsky considera l’ambito aziendale solo uno dei tanti domini applicativi della gestione linguistica, insieme alla scuola e alla famiglia, non tenendo conto dell’esigenza strategica di gestione della lingua che caratterizza i contesti aziendali (Sanden 2016:532). Ai fini della presente indagine, l’accezione di “gestione linguistica” più rilevante è quella proposta da Sanden (2016:533): “a business strategy tool: an instrumental process where language is seen as a variable in business and corporate management”. Questa definizione adotta un punto di vista più strategico e operativo e attiene specificamente all’ambito aziendale.

La gestione linguistica in ambito aziendale consiste in una serie di misure finalizzate a superare le barriere linguistiche (cfr. 1.3.2) nella comunicazione internazionale multilingue. A seconda della natura formale o informale di tali misure, si può parlare rispettivamente di “politiche” o di “pratiche” di gestione linguistica³⁵ (cfr. 1.3.3). Più in generale si può utilizzare anche il termine “strategie” di gestione linguistica (cfr. 1.3.4). Questi concetti vengono approfonditi nei paragrafi seguenti.

³⁵ In alcuni studi si differenzia in maniera simile tra le politiche implicite e le politiche esplicite (Lesk, Lavric, e Stegu 2017:289).

1.3.2 Barriere linguistiche

Nell'epoca della globalizzazione le imprese si trovano a superare barriere linguistiche di varia natura per poter raggiungere i mercati esteri e relazionarsi con essi. La gestione linguistica, nonostante il suo ruolo strategico, è stata per molto tempo trascurata nella ricerca organizzativo-aziendale, al punto da essere definita da alcuni come “the forgotten factor” (Marschan, Welch, e Welch 1997) o “the most neglected field in management” (Reeves e Wright 1996). Tuttavia, alcuni studi hanno sottolineato come la scelta dei primi mercati di espansione all'estero sia influenzata dalla lingua dei mercati stessi (Welch, Welch, e Marschan-Piekkari 2001) e come le competenze linguistiche del personale possano dettare il successo o l'insuccesso di un'azienda. In alcuni casi si nota un legame tra l'assenza di competenze linguistiche da parte del personale e la perdita di opportunità commerciali (Hagen 2006).

Secondo Feely e Harzing (2003) le barriere linguistiche che le imprese devono affrontare possono riguardare tre livelli:

- a. *language diversity*, ossia il numero di lingue in cui l'azienda vuole o deve comunicare con i propri partner e clienti esteri. Tale numero è dettato da fattori come la dimensione e il tipo di attività dell'azienda e può avere un impatto anche in termini di volume traduttivo;
- b. *language penetration*, ossia il numero di aree funzionali in cui l'azienda deve superare delle barriere linguistiche. Se in passato la comunicazione in lingua straniera era limitata a pochi reparti aziendali, oggi la comunicazione multilingue interessa anche altri reparti, come Ricerca e Sviluppo, Risorse Umane, Acquisti ecc.;
- c. *language sophistication*, ossia il tipo e il livello di competenze linguistiche che deve possedere il personale coinvolto nella comunicazione multilingue. Mentre un addetto alla *reception* dovrà avere buone competenze di ascolto e produzione orale, un addetto alla logistica dovrà essere in grado di produrre anche corrispondenza scritta.

Per superare le barriere linguistiche, le imprese possono implementare varie pratiche e politiche di gestione linguistica.

1.3.3 Pratiche e politiche di gestione linguistica

Le pratiche linguistiche nascono in azienda come risposta a problemi legati alla comunicazione interna o esterna (Lesk et al. 2017:273), la prima intesa come comunicazione tra diversi dipartimenti o unità di una stessa organizzazione e la seconda tra l'organizzazione e clienti, partner, fornitori esterni (Sanden 2020:2). Le pratiche linguistiche rappresentano la risposta immediata alle esigenze linguistiche dell'impresa ma fungono anche da base per lo sviluppo di vere e proprie politiche

linguistiche. In linea di massima, queste ultime si differenziano dalle prime poiché intenzionali, orientate sul lungo periodo, estese all'intera organizzazione, esplicite e imposte dall'alto (cfr. Lesk et al. 2017:270–72). Riprendendo la classificazione proposta da Menz e Stahl (2008:136), le pratiche e politiche linguistiche possono riguardare cinque aree di comunicazione aziendale:

- a. l'area interna, ossia la comunicazione interna all'azienda o tra le filiali e la casa madre,
- b. l'area di mercato, ossia la comunicazione con clienti, acquirenti e fornitori,
- c. l'area finanziaria, ossia la comunicazione con banche e mercati finanziari,
- d. l'area pubblica, ossia la comunicazione con enti statali e regionali,
- e. l'area mediatica, ossia la comunicazione dell'azienda con politici, giornalisti e il pubblico in generale.

Nell'ambito del presente lavoro l'analisi è stata limitata alle prime due aree comunicative.

Una distinzione netta tra politiche e pratiche linguistiche non è sempre attuabile per due ragioni. In primo luogo, è possibile che in un'azienda venga definita una politica linguistica ma che questa non venga recepita a pieno o venga implementata solo in determinate circostanze. Si può dunque creare un contrasto tra politiche *de jure* e *de facto* (cfr. Sanden 2020:8–10). In secondo luogo, è possibile che non vi siano documenti ufficiali che testimonino la presenza di una politica linguistica ma che le pratiche interne siano talmente consolidate e condivise dai soggetti coinvolti da fungere da politica implicita.

Nel presente lavoro, laddove non si possa attuare una distinzione netta tra politiche e pratiche linguistiche o si voglia far riferimento alle misure di gestione linguistica a prescindere dal relativo grado di ufficialità, si parlerà più in generale di “strategie” di gestione linguistica. Questa denominazione, adottata ad esempio nell'ambito dei progetti PIMLICO (Hagen 2011) ed ELAN (Hagen 2006) promossi dall'Unione Europea,³⁶ fa riferimento alla “planned adoption of a range of techniques to facilitate effective communication with clients and suppliers abroad” (Hagen 2011:4). Questo termine ha una connotazione più operativa e, sebbene venga contemplato un certo grado di pianificazione come per le politiche linguistiche, il focus è sulle azioni specifiche intraprese dalle organizzazioni.³⁷

³⁶ Il progetto PIMLICO mirava a identificare delle best practices in termini di strategie di gestione linguistica a partire dall'analisi di 40 PMI europee. Il progetto ELAN, del 2006, mirava a ricostruire gli effetti della carenza di competenze linguistiche in ambito aziendale. In Italia sono stati individuati solo alcuni studi relativi alla gestione linguistica in ambito aziendale. Si rimanda in particolare a Lavric (2009) per la zona tirolese, Chiocchetti (2015) per l'Alto Adige e Incelli (2008) per il Lazio.

³⁷ In linea con quanto sostiene Sanden (2016:283): “in a specific business context, a corporate language policy will refer to the regulation of language in the workplace, while a language strategy is considered to be a slightly more hands-on approach, often outlining specific actions or practical procedures”.

1.3.4 Strategie di gestione linguistica

In molti studi empirici della letteratura organizzativa si fa riferimento a diverse strategie di gestione linguistica adottate nelle imprese. Tuttavia, non viene attuata una distinzione vera e propria tra le strategie generali di gestione della comunicazione attiva e/o passiva in lingua straniera e quelle legate nello specifico alla gestione delle traduzioni. Per colmare questa lacuna, nei paragrafi seguenti verranno trattate brevemente alcune delle strategie di natura generale descritte più di frequente nella letteratura organizzativo-aziendale (cfr. 1.3.4.1) e, in un secondo momento, le strategie legate alla gestione delle traduzioni (cfr. 1.3.4.2).

1.3.4.1 Strategie generali

Molte indagini svolte in ambito aziendale studiano la lingua impiegata dalle grandi imprese nella comunicazione interna tra diverse sedi aziendali. Tra le strategie adottate, vi sono l'utilizzo di una lingua franca aziendale (solitamente l'inglese), la comunicazione nella lingua della casa madre e/o la comunicazione nella lingua delle sedi estere (cfr. Thomas 2007).

Oltre alla scelta della lingua di comunicazione interna, le imprese devono individuare una o più lingue da impiegare nella comunicazione con il mondo esterno.³⁸ In entrambi i casi, le strategie impiegate possono essere classificate in base al grado di adattamento e in base al numero di lingue coinvolte. Lavric (2008:156) attua una distinzione di massima tra la “Standardization thesis”, la “Adaptation thesis” e la “Non-adaptation thesis”. Nel primo caso la lingua di comunicazione è solitamente l'inglese, nel secondo caso si tende invece a impiegare la lingua dei clienti e nel terzo caso si mantiene la propria madrelingua. Questa distinzione è chiaramente di carattere formale e può variare in base ai partner coinvolti e alle aree funzionali aziendali interessate dalla comunicazione.

Altre strategie di gestione linguistica impiegate dalle imprese e menzionate di frequente in letteratura sono:

- a. la creazione di siti web multilingua,
- b. il ricorso a traduttori e interpreti professionisti,
- c. l'offerta di corsi di lingua per il personale,

³⁸ Mentre la scelta della lingua in cui comunicare all'interno di un gruppo aziendale riguarda prevalentemente le grandi imprese, la scelta della lingua da adottare nella comunicazione esterna riguarda qualsiasi impresa attiva a livello internazionale, incluse le PMI (Piccole e Medie Imprese). A questo proposito, va sottolineato che la prospettiva delle PMI è stata considerata in maniera molto marginale negli studi relativi alla gestione linguistica aziendale (cfr. Lavric, Lesk, e Stegu 2017:257) Si tratta di una lacuna che vale la pena colmare, soprattutto se si considera il fatto che le PMI rappresentano il 99% delle imprese dell'Unione Europea (cfr. Gouardères, 2021).

- d. una selezione del personale che tenga conto delle competenze linguistiche (cfr. Feely e Harzing 2003:42–50; Hagen 2011:4).

Ciascuno di questi elementi può avere un impatto diretto o indiretto sul processo traduttivo. Ad esempio, la gestione di un sito web in inglese comporta un onere traduttivo molto ridotto rispetto a una sua traduzione e localizzazione in più lingue. Per quanto riguarda il coinvolgimento di traduttori e interpreti professionisti, si può supporre che il loro operato abbia un impatto positivo sulla qualità del testo di arrivo. Al contempo, nella letteratura organizzativa si sottolinea anche la resa talvolta imprecisa della terminologia aziendale da parte dei traduttori esterni, nonché i lunghi tempi dettati dall'esternalizzazione dell'incarico traduttivo (cfr. Lesk *et al.* 2017: 279; Welch *et al.* 2001: 199–200). Infine, la formazione linguistica del personale e l'assunzione di figure con buone competenze linguistiche può agevolare la comunicazione con i partner stranieri. In questo modo non è necessario ricorrere ai già menzionati *language nodes* (cfr. 1.2.2.2.1) e si riducono i costi dettati dall'esternalizzazione delle traduzioni.

Di particolare interesse per il presente lavoro sono le strategie implementate dalle imprese nella gestione delle traduzioni. Queste vengono descritte nel capitolo seguente.

1.3.4.2 Strategie legate alla traduzione

Secondo Piekkari (2017:26) la traduzione è stata considerata sino a ora solo marginalmente nella letteratura relativa alla gestione linguistica aziendale. Infatti, come emerso nel paragrafo precedente, la traduzione viene spesso descritta come una delle tante strategie di gestione linguistica implementabili dalle imprese ma raramente viene studiata come pratica a sé stante nella letteratura di stampo organizzativo-aziendale.

Una classificazione di massima delle modalità con cui le imprese gestiscono le traduzioni viene proposta dalla stessa Piekkari (2017:36), che identifica strategie legate all'organizzazione nel suo complesso e strategie implementabili su iniziativa dei singoli dipendenti. A livello complessivo, le aziende possono dotarsi di un reparto interno di traduzione, di strumenti di ausilio alla traduzione o possono decidere di esternalizzare i testi da tradurre. A livello individuale, i dipendenti possono ricorrere all'auto-traduzione o rivolgersi a colleghi sul posto con le competenze linguistiche necessarie (cfr. 1.2.2.2.1).

Va sottolineato che l'esternalizzazione, l'implementazione di tecnologie traduttive e la creazione di un reparto traduttivo interno richiedono risorse che in molti casi vanno oltre i mezzi a disposizione delle imprese, in particolar modo delle PMI (cfr. Hagen 2006: 46). Pertanto, molto diffuse sono le pratiche traduttive informali, come il ricorso a collaboratori interni che svolgono una

traduzione di tipo non professionale parallelamente o al posto dei traduttori professionisti esterni. Si tratta spesso di impiegati come manager di filiale (Ciuk e James 2015; Logemann e Piekkari 2015), il cui lavoro non consiste ufficialmente in attività di traduzione ma che dispongono di competenze linguistiche in più di una lingua (cfr. Koskinen 2020: 65–66; Tietze 2021: 38)

Da questa breve panoramica emerge ancora una volta la portata della *translatoriality*, un concetto introdotto da Koskinen (2020:60) e descritto al paragrafo 1.2.2.2.1. Questo termine sottolinea la natura dinamica e fluida della comunicazione multilingue nelle organizzazioni. Al loro interno, il *workflow* traduttivo non è lineare e non consiste unicamente nell'invio dei testi da tradurre alle agenzie di traduzione. Nelle organizzazioni attive a livello internazionale i testi vengono spesso prodotti da più reparti, con diverse finalità e destinatari (cfr. Koskinen 2020: 64). Ciò comporta esigenze traduttive di varia natura e dunque diverse strategie di gestione delle traduzioni e diversi soggetti coinvolti.

1.3.5 Imprese e terminologia

Un'ulteriore sfida che le imprese devono affrontare per comunicare in maniera chiara ed efficace con il mercato locale e con i partner esteri consiste nell'utilizzo di una terminologia che descriva adeguatamente i prodotti e servizi aziendali e nella sua corretta traduzione. Questo tema viene approfondito nel presente paragrafo da un punto di vista teorico dal momento che, come si vedrà nella parte empirica della tesi (cfr. 3.4), molte imprese locali hanno riscontrato in passato difficoltà nella selezione e traduzione dei termini da impiegare nella propria documentazione multilingue.

Nella letteratura relativa alla gestione linguistica aziendale, molti ricercatori segnalano una resa talvolta inesatta della terminologia aziendale da parte dei traduttori esterni che hanno una familiarità minore con specifici settori industriali (cfr. Lavric 2008:160; Lesk, Lavric, e Stegu 2017:279). Non sono stati individuati tuttavia studi di caso che facciano luce sulle difficoltà concrete riscontrate dalle imprese o dai traduttori esterni nell'elaborazione, traduzione e gestione della terminologia aziendale.

Al contrario, la ricerca in ambito terminologico e terminografico offre una trattazione più approfondita delle sfide legate alla traduzione della terminologia e alle strategie di gestione terminologica. In questo ambito di studi è noto che la terminologia rappresenta un “wichtiger Wissensträger in der fachsprachlichen Kommunikation”³⁹ (Schmitz e Straub 2016:9). Si sottolinea inoltre come, contrariamente a quanto si ritenesse in passato, i linguaggi specialistici siano interessati da fenomeni simili alla lingua comune (cfr. Arntz, Picht, e Schmitz 2014:21–24) e siano caratterizzati

³⁹ “importante veicolo di conoscenza nella comunicazione specialistica” (traduzione dell'autrice).

anch'essi da variazioni linguistiche. La portata delle varianti terminologiche in determinati ambiti del sapere emerge ad esempio dallo studio condotto da Loss e Magris (2021) sulla variazione terminologica nel campo dell'elettromobilità in italiano e in tedesco. In questo caso la variazione viene innescata dal rapido sviluppo tecnologico che contraddistingue questo settore, nonché dalla sua multidisciplinarietà e dalla partecipazione congiunta di esperti e non esperti al dibattito in materia. Il risultato è una forte instabilità terminologica, nonché la presenza di sinonimi e varianti sia sul piano denominativo che su quello concettuale. Le autrici individuano ben 44 sinonimi del termine *batterieelektrisches Fahrzeug* e 22 per il suo equivalente italiano *veicolo elettrico puro*. Nonostante la variazione terminologica sia un fenomeno naturale, strettamente legato all'evoluzione e all'utilizzo quotidiano della lingua, in ambito aziendale è auspicabile normare il più possibile la terminologia impiegata sia nella lingua di partenza che nelle lingue di arrivo. Tra i vantaggi di un approccio prescrittivo supportato da appositi strumenti di gestione terminologica si annoverano una maggiore comprensibilità della documentazione aziendale, una *Corporate Identity* rafforzata, una riduzione dei costi traduttivi, un minor dispendio di tempo nel chiarire i dubbi di traduttori e partner esterni (cfr. Drewer e Schmitz 2017:1–2).

Le varianti terminologiche su cui può essere necessario un intervento da parte dell'azienda possono essere concettuali o denominative. Nel primo caso vi è un divario semantico tra un dato termine e la sua variante concettuale mentre, nel secondo caso, si è in presenza di forme lessicalizzate che rappresentano lo stesso concetto ma tramite forme lessicali diverse, talvolta influenzate dal contesto di utilizzo (cfr. Daille 2017:30–31). In letteratura, la distinzione tra sinonimi e varianti denominative è spesso controversa. Nel presente lavoro viene adottata la prospettiva di Peruzzo (2010:180), secondo la quale i sinonimi sono solitamente termini riferiti allo stesso concetto in cui uno o più elementi dell'unità lessicale sono diversi, mentre le varianti denominative sono termini che presentano differenze sul piano sintattico, morfosintattico, morfologico o ortografico. Per le finalità qui perseguite, particolarmente utili sono i lavori di Schmitz e Straub (2016) e di Drewer e Schmitz (2017). Oltre a definire delle buone pratiche di gestione terminologica in azienda, gli autori illustrano alcune delle cause principali di errori e varianti terminologiche riscontrate da molte imprese tedesche. Un dato interessante che emerge dall'analisi di Schmitz e Straub (2016) è che le criticità terminologiche non emergono solo in fase traduttiva ma anche a livello intralinguistico, nella lingua (o lingue) di partenza in cui l'azienda si esprime e produce la propria documentazione. Questo dato è in controtendenza con quanto sostenuto nella letteratura di stampo organizzativo-aziendale, dove le criticità terminologiche sembrano venire identificate principalmente nelle traduzioni e ricondotte a una scarsa familiarità dei traduttori esterni con la terminologia aziendale. Al contrario, Schmitz e

Straub (2016) identificano diverse criticità che riguardano, più in generale, l'utilizzo che l'impresa fa della lingua nella propria documentazione. Tra quelle più frequenti si ricordano:

- a. la sinonimia. L'utilizzo di più termini per uno stesso concetto non è di per sé dannoso. Due sinonimi possono infatti corrispondere “al diverso approccio seguito nell'osservazione di un determinato fenomeno” (Magris 1992:61). In azienda l'utilizzo parallelo di denominazioni diverse può essere intenzionale e fondato (Schmitz e Straub 2016:20). Ad esempio, un dipendente dell'ufficio marketing può voler utilizzare una denominazione che metta in risalto una determinata qualità del prodotto, mentre l'ufficio sviluppo potrebbe preferire un termine conforme alle norme ISO di settore. Per favorire una comprensione reciproca, Schmitz e Straub (ibid.) suggeriscono di condividere le scelte di ciascun reparto e di ricorrere a strumenti appositi di gestione della terminologia.
- b. La polisemia. Può capitare nelle imprese che una stessa denominazione venga utilizzata in diversi reparti per fare riferimento a concetti diversi. Ad esempio, il termine *change management* potrebbe venire impiegato nel reparto di ricerca e sviluppo per fare riferimento alla serie di controlli tecnici da mettere in atto quando si modifica un dato prodotto, mentre nelle risorse umane viene tipicamente impiegato per descrivere le strategie da adottare per agevolare i processi di cambiamento e di innovazione tecnologica in azienda (ivi, p. 21). Le cause possono essere molteplici e vanno comprese e ricostruite per poter favorire una comunicazione chiara e univoca sia internamente all'azienda che tra l'azienda e il mondo esterno.
- c. Le varianti dello stesso termine. In questo caso i due autori fanno riferimento principalmente a varianti di tipo denominativo con un'accezione vicina a quella suggerita da Peruzzo (2010:180). Alcuni esempi concreti di varianti terminologiche da sottoporre a standardizzazione vengono forniti per la lingua tedesca da Drewer e Schmitz (2017:92–97). Tra le varianti più frequenti i ricercatori ricordano l'utilizzo instabile del tratto d'unione e delle maiuscole, solitamente all'interno delle parole composte. Un esempio evidente di questa variazione si evince dallo studio già menzionato di Loss e Magris (2021:99) e dalle numerose varianti usate in tedesco per fare riferimento ai veicoli ibridi plug-in, tra cui *Plug-in-Hybridfahrzeug*, *Plug-in-Hybrid-Elektrofahrzeug*, *Plug-in-hybridelektrisches Fahrzeug*, *Plug-in-Hybrid Electric Vehicle*. Altrettanto instabile può essere l'utilizzo dei cosiddetti *Fugenelemente*, ossia gli elementi che fungono da giunzione tra i costituenti delle parole composte, come si evince dai termini *Reibfläche* e *Reibefläche*. Non di rado ci si imbatte anche in varianti ortografiche innescate dall'utilizzo di consonanti di derivazione germanica o straniera, come nelle seguenti coppie di termini: *Silicat/Silikat* e *Yacht/Jacht*.

d. L'utilizzo di termini non trasparenti. In questo caso si fa riferimento alla violazione del principio di trasparenza che implica, secondo gli autori, che i termini "nach Möglichkeit selbsterklärend sein sollten, d. h. dem Adressaten sich die Bedeutung wenigstens annähernd erschließen sollte, wenn ihm die Benennung zum ersten Mal begegnet" (Schmitz e Straub 2016:21).⁴⁰ La violazione del principio di trasparenza può verificarsi quando l'impresa conia nuovi termini o quando ricorre ad anglicismi o abbreviazioni potenzialmente fraintendibili per i destinatari di lingua tedesca. Per favorire una maggiore trasparenza a livello semantico può essere utile, ad esempio, specificare la funzione di un dato oggetto prediligendo una forma più estesa come *Befestigungsschraube* al solo termine *Schraube* oppure specificando il materiale dell'oggetto come nel caso di *Bleirohr* invece del termine semplice *Rohr* (cfr. Drewer e Schmitz 2017:84–85).

Gli esempi appena descritti mostrano come le criticità terminologiche non possano essere ricondotte unicamente all'operato dei traduttori esterni ma all'utilizzo complessivo che l'impresa fa della terminologia nella propria documentazione. Un dialogo tra la ricerca in ambito organizzativo-aziendale e quella in campo terminologico potrebbe rivelarsi proficuo per entrambe le parti e sensibilizzare le imprese stesse al ruolo cruciale di una terminologia chiara e univoca nella comunicazione quotidiana. La terminologia funge infatti da veicolo di informazioni per le imprese e, con essa, la conoscenza viene trasferita e resa esplicita. Riprendendo le parole del Consiglio tedesco per la terminologia (RaDT 2010:3): "ohne exakte Benennungen und klar definierte Begriffe ist ein fachlicher Gedankenaustausch unmöglich".⁴¹

1.4 Sintesi e critica della letteratura

Nei capitoli precedenti è stato delineato il *framework* teorico alla base del presente lavoro. Il lavoro si colloca sulla scia degli studi relativi al processo traduttivo e orientati al contesto. Del processo traduttivo viene analizzata la dimensione esterna (cfr. 1.2.1.1), nonché il legame che sussiste tra il processo e il contesto in cui questo ha luogo. Viene dunque adottata una concezione situata (cfr. 1.2.1.2) di processo traduttivo.

Sono inoltre stati presentati e descritti i concetti alla base del presente lavoro (cfr. 1.2.2), ossia le "fasi", gli "attori", gli "artefatti" del processo traduttivo e i "fattori contestuali" che hanno un impatto su di esso. Dato il contesto osservato, sono inoltre stati discussi i concetti di "politica",

⁴⁰ "dovrebbero essere autoesplicativi, cioè il significato dovrebbe essere comprensibile almeno a grandi linee per il destinatario che si imbatte nel termine per la prima volta" (traduzione dell'autrice).

⁴¹ "uno scambio di idee specialistico non è possibile senza denominazioni precise e concetti definiti chiaramente" (traduzione dell'autrice).

“pratica” e “strategia” di gestione linguistica a partire dalla letteratura di stampo organizzativo-aziendale (cfr. 1.3.3).

La sintesi della letteratura relativa agli studi traduttivi ha fatto emergere un interesse crescente da parte dei ricercatori verso il processo traduttivo (cfr. 1.2.1.1) e i contesti in cui questo ha luogo. Negli ultimi anni le tecniche di stampo etnografico hanno fatto il loro ingresso negli studi traduttivi e sono state impiegate per osservare diversi contesti lavorativi (cfr. 1.2.1.5). Si riscontrano al contempo due lacune. Da un lato, i *workplace studies* hanno considerato sino ad ora contesti di traduzione prevalentemente professionale come agenzie di traduzione e istituzioni europee (cfr. 1.2.1.5.1). A parte poche eccezioni, l’attività dei traduttori non professionisti non è stata ad oggi osservata in maniera approfondita sul campo. Dall’altro, manca la prospettiva delle imprese in qualità di committenti di traduzioni e come organizzazioni all’interno delle quali si svolge l’attività traduttiva stessa.

La sintesi della letteratura relativa alla gestione linguistica aziendale ha consentito di individuare le diverse strategie adottate dalle imprese nel tentativo di superare le barriere linguistiche (cfr. 1.3.4). È inoltre stata illustrata la natura dinamica della comunicazione interlinguistica in ambito aziendale e il ruolo della traduzione non professionale (cfr. 1.3.4.2). Va tuttavia sottolineato che, in questo ambito di studi, l’attività traduttiva viene considerata ancora marginalmente e amalgamata con le numerose altre strategie di gestione linguistica. Anche le sfide legate alla gestione terminologica, seppur segnalate di frequente in letteratura, sono state oggetto di pochi studi empirici sul campo.

Il presente lavoro si pone dunque l’obiettivo di ampliare gli studi traduttivi orientati al contesto senza trascurare le caratteristiche e peculiarità del mondo aziendale. Si condivide dunque il punto di vista di Koskinen (2020:70), che sostiene:

Integrative research designs combining Translation Studies and Organization Studies viewpoints would naturally also be enriching for Translation Studies. Although the explanatory power of context has long been recognized as crucially important in Translation Studies, the disciplinary tradition tilts towards textual analysis, and translation scholars would benefit greatly from a more fine-tuned organizational understanding.

Per colmare le lacune individuate nella teoria e rispondere alle domande di ricerca formulate nell’introduzione, è stato adottato il disegno di ricerca descritto nel capitolo seguente.

2. Disegno di ricerca

Nel presente capitolo viene descritto in dettaglio il disegno di ricerca adottato nel presente progetto di dottorato. In un primo momento viene presentato il quadro ontologico alla base del progetto per poi ripercorrere i metodi di raccolta dati impiegati, i relativi vantaggi e limiti e le modalità di analisi dei dati raccolti.

2.1 Ontologia, epistemologia e metodologia

L'immagine seguente (Fig. 1) illustra il quadro ontologico ed epistemologico alla base del presente progetto di ricerca, nonché la natura della ricerca e i metodi impiegati.

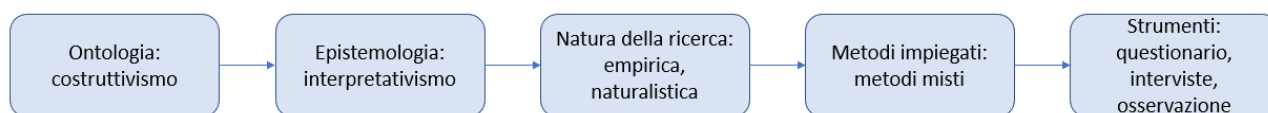


Figura 1 - Ontologia, epistemologia e metodologia

L'ontologia indica, nell'ambito della ricerca sociale, la visione che si ha del mondo, nonché gli assunti che si è in grado di formulare rispetto alla natura e alla realtà dei fenomeni sociali (Matthews e Ross 2010:23). Secondo la distinzione di massima attuata da Matthews e Ross (2010:24–28), esistono tre diverse visioni del mondo: l'oggettivismo, il costruttivismo e il realismo. L'oggettivismo si fonda sulla convinzione che i fenomeni sociali che costituiscono il mondo abbiano una esistenza di per sé e non dipendano dalla visione degli attori sociali coinvolti. Al contrario, secondo il costruttivismo, i fenomeni sociali sarebbero idee costruite e rielaborate dagli stessi attori. Infine, il realismo si basa sulla convinzione che i fenomeni sociali abbiano una dimensione indipendente dagli attori coinvolti ma concepisce al contempo l'esistenza di strutture e meccanismi che influenzano la realtà sociale da noi osservata.

A ciascuna di queste tre visioni corrisponde, secondo Matthews e Ross (2010:23), una delle tre seguenti posizioni epistemologiche: il positivismo, l'interpretativismo e il realismo. Nel primo caso, si ritiene che i fenomeni sociali possano essere indagati in maniera oggettiva e che i dati possano essere misurati in maniera indipendente dall'interpretazione soggettiva del ricercatore. Nel caso dell'interpretativismo, si sottolinea la centralità della interpretazione individuale del fenomeno studiato e della visione del mondo degli attori coinvolti. Per quanto riguarda il realismo, l'idea fondante è che il fenomeno sociale indagato esista esternamente alla mente umana e possa essere studiato in maniera simile a quanto avviene nelle scienze naturali. In questo, realismo e positivismo

sono molti simili, sebbene il primo riconosca l'esistenza di meccanismi non direttamente osservabili. In termini di raccolta dati, la visione positivista adotta principalmente metodi quantitativi mentre le posizioni interpretativiste e realiste si avvalgono di metodi qualitativi o di una combinazione dei due (Saldanha e O'Brien 2014:11).

La presente ricerca si fonda sulla convinzione che i fenomeni sociali non esistano come entità indipendenti dalla visione dei singoli attori coinvolti. Tali fenomeni sono soggetti a un continuo processo di analisi, costruzione, decostruzione e rielaborazione. Questa convinzione motiva la scelta dell'osservazione partecipante come metodo che rivendica il valore soggettivo dell'interpretazione fornita dal ricercatore (cfr. Corbetta 2015:56–57). Sul piano ontologico la ricerca aderisce dunque al costruttivismo e, sul piano epistemologico, all'interpretativismo.

Prima di descrivere la metodologia impiegata è necessario chiarire la natura della ricerca in questione. Chesterman e Williams (2002:58) distinguono due tipi di ricerca rilevanti anche in ambito traduttivo: la ricerca concettuale e la ricerca empirica. La prima mira a definire e chiarire i concetti esistenti, introdurre di nuovi o fornire metafore e framework di analisi che consentano una migliore comprensione dell'oggetto della ricerca. La ricerca empirica cerca invece di raccogliere nuove informazioni derivanti dall'osservazione dei dati e dal lavoro sperimentale. Questa distinzione è chiaramente solo formale, poiché l'elaborazione di concetti privi di base empirica risulta poco utile in ambito scientifico e, viceversa, anche un'analisi estremamente incentrata sui dati parte da assunti di natura concettuale e teorica (Chesterman e Williams 2002:58). Pertanto, anche nel presente progetto, i due piani risultano strettamente interconnessi. Preponderante è la dimensione empirica, poiché il fenomeno considerato – il processo traduttivo in azienda – è stato studiato in maniera prevalentemente esplorativa. Va comunque sottolineato che i concetti provenienti dalla teoria hanno giocato un ruolo chiave.

Chesterman e Williams (2002:59) distinguono inoltre tra ricerca empirica naturalistica e ricerca empirica sperimentale. Alla luce dei metodi adottati – in particolare dell'osservazione partecipante – è evidente che il presente progetto rientri in larga parte nella ricerca di tipo empirico-naturalistico. Secondo la definizione proposta da Chesterman e Williams, questa tipologia di ricerca mira all'analisi di un fenomeno o processo nel momento stesso in cui questo ha luogo nella vita reale e nel suo setting naturale. Tra i metodi di raccolta dati più utilizzati nella ricerca empirico-naturalistica, i due ricercatori ricordano il questionario, le interviste e l'osservazione in loco.

2.2 Metodi impiegati

La presente indagine si configura come ricerca a metodi misti (*mixed methods*) poiché combina tecniche quantitative e qualitative che, al termine del processo di analisi e interpretazione, possono condurre a risultati convergenti, complementari o divergenti. In tutti e tre i casi il processo di ricerca trae un beneficio (cfr. Kelle e Erzberger 2019:308). Sul piano generale si riducono, inoltre, i limiti di ciascun approccio mentre sul piano procedurale questa strategia mista consente una migliore comprensione del fenomeno studiato (Creswell 2014:237–38).

Il fenomeno analizzato in questa sede è di per sé complesso e ricco di sfaccettature. Sebbene non si miri a una rappresentatività statistica dei risultati ottenuti, l'obiettivo consiste nell'individuare tendenze ricorrenti nelle imprese coinvolte. Il questionario pianificato consente di raggiungere questo obiettivo rendendo possibile quantificare e valutare l'estensione di determinate caratteristiche (Caselli 2007:38). Al contempo, le risposte a un questionario risultano – data la natura dello strumento stesso di rilevazione – fortemente standardizzate. Le interviste semistrutturate permettono di superare questo limite e di “accedere alla prospettiva del soggetto studiato: cogliere le sue categorie mentali, le sue interpretazioni, le sue percezioni e i suoi sentimenti, i motivi delle sue azioni” (Corbetta 2015:63). Vi è tuttavia in un ulteriore limite: tutto ciò che non è noto o rilevante per l'intervistato rimane taciuto. L'osservazione partecipante fornisce in questo caso un valido ausilio e consente al ricercatore di avere accesso alla conoscenza implicita dei soggetti studiati.⁴²

Riassumendo, il disegno di ricerca adottato si configura a metodi misti. L'integrazione tra i diversi metodi di raccolta dati viene illustrata di seguito (Fig. 2):

⁴² Riguardo alla conoscenza tacita dei soggetti studiati in un'agenzia di traduzione, Risku (2016:113) osserva: “Dieses Wissen ist zum Teil implizit und unbewusst und kann daher nur durch Beobachtung erschlossen werden”, ossia “questa conoscenza è in parte implicita e inconscia ed è possibile avervi accesso solo attraverso l'osservazione” (traduzione dell'autrice).

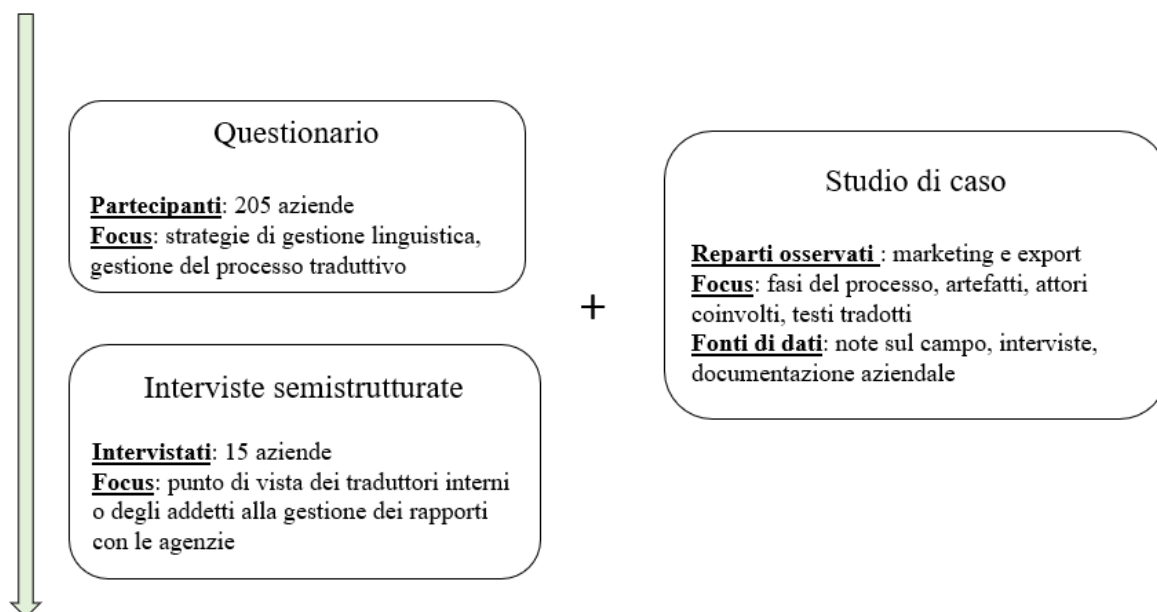


Figura 2 - Disegno di ricerca

Sul territorio sono stati raccolti i questionari compilati da 205 imprese. La relativa analisi ha consentito di individuare le modalità di gestione della comunicazione multilingue e le pratiche traduttive delle imprese coinvolte. La freccia sulla sinistra nella Fig. 2 sta a indicare l'approfondimento dei risultati ottenuti dall'analisi del questionario tramite il metodo dell'intervista semistruzzurata.⁴³ Le interviste semistruzzurate hanno visto il coinvolgimento di 15 soggetti provenienti da 15 imprese locali. Per analizzare in particolare il legame tra processo e contesto aziendale (D2, cfr. 1.1), si è svolto parallelamente un periodo di osservazione partecipante presso un'impresa locale.

Data la natura esplorativa dell'indagine, sarebbe stato opportuno condurre in prima battuta l'osservazione partecipante. Tuttavia, questo è stato possibile solo in parte. L'osservazione, avviata nelle prime settimane di marzo 2020, è stata interrotta durante il *lockdown* ed è stata ripresa solo a fine anno. Pertanto, il questionario è stato redatto a partire dalle prime osservazioni svolte sul campo, dal confronto con l'impresa partner e dall'analisi *on desk*.⁴⁴ Le informazioni così raccolte hanno consentito una migliore calibrazione del questionario.

⁴³ L'approfondimento dei dati quantitativi tramite dati qualitativi in un'ottica *mixed methods* viene definito da Mayring (2001) *Vertiefungsmodell*.

⁴⁴ Con analisi *on desk* si intende una analisi e valutazione di dati raccolti da altri. Nel presente studio, sono stati analizzati i dati relativi al tessuto imprenditoriale marchigiano messi a disposizione dalla Regione Marche e raccolti annualmente nella Classifica delle principali imprese marchigiane prodotta dall'Università Politecnica delle Marche in collaborazione con la Fondazione Aristide Merloni (cfr. Iacobucci 2020). L'obiettivo consisteva nell'individuare informazioni potenzialmente utili, quali: principali mercati di esportazione, tasso di esportazione, dimensione media delle imprese e settori di attività.

Nel paragrafo 2.3, verrà illustrata l'indagine svolta sul territorio tramite questionario e interviste semistrutturate. Successivamente, il paragrafo 2.4, si concentrerà sullo studio di caso svolto tramite osservazione partecipante. In entrambi i paragrafi vengono illustrate le ragioni che hanno spinto alla scelta di ciascun metodo, nonché i relativi vantaggi e limiti. Vengono inoltre riassunti i metodi di analisi dei dati impiegati.

2.3 Indagine sul territorio

L'indagine sul territorio si è svolta tra settembre 2020 e agosto 2021. In particolare, la raccolta dei dati quantitativi tramite questionario si è conclusa a gennaio 2021 e a giugno 2021 sono state avviate le interviste con le 15 imprese coinvolte. L'indagine svolta sul territorio tramite questionario mirava a fornire una panoramica delle strategie di gestione linguistica delle imprese locali e delle relative pratiche traduttive. Le interviste hanno consentito di approfondire i temi trattati nel questionario e il punto di vista, se presenti, dei traduttori interni oppure degli addetti alla gestione dei rapporti con le agenzie di traduzione.

2.3.1 Il questionario

Il questionario può essere definito come “un insieme rigidamente prefissato di domande, identiche per tutte le unità di analisi considerate” (Caselli 2007:32) e rientra dunque nelle tecniche di ricerca standard.⁴⁵ Il questionario prodotto nel presente studio (cfr. Allegato) si compone di quattro sezioni:

1. informazioni generali: in questa prima parte vengono raccolti dati relativi alle dimensioni delle imprese, al settore di attività e ai mercati esteri di riferimento.
2. Comunicazione multilingue: in questa sezione vengono raccolte informazioni relative alle strategie di gestione linguistica delle imprese.
3. Processo traduttivo: in questa parte vengono raccolti dati relativi alle tipologie testuali tradotte, alle fasi di cui si compone il processo e agli attori coinvolti.
4. Problemi esperiti dalle imprese: con questa sezione si mirava a identificare i principali problemi riscontrati nella comunicazione in lingua straniera e nelle traduzioni svolte internamente e/o esternamente. Date le finalità pratiche del presente lavoro, si è ritenuto infatti utile mappare non solo le strategie ma anche eventuali problemi riscontrati dalle imprese.

⁴⁵ In opposizione a quelle non standard, come interviste e *focus group*.

La stesura del questionario è avvenuta sulla base di tre diverse fonti di informazioni: l'analisi *on desk*, il primo periodo di osservazione presso l'impresa partner e lo studio della teoria e delle indagini empiriche potenzialmente rilevanti per il presente lavoro.

Come menzionato nel paragrafo precedente, l'analisi *on desk* ha rappresentato il punto di partenza per la stesura del questionario. Consultando le statistiche fornite dalla Regione Marche⁴⁶ e la Classifica annuale delle principali imprese marchigiane (Iacobucci 2020) è emerso che la maggior parte delle imprese locali è costituita da microimprese (circa il 94%) e, a seguire, da piccole e medie imprese (circa il 5,6%).⁴⁷ Rilevanti sono anche i dati relativi al commercio estero. Prima di procedere alla stesura e somministrazione del questionario ci si è interrogati sul legame tra dimensioni aziendali e rapporti con l'estero. In particolare, si è cercato di capire se il commercio estero sia effettivamente rilevante in una regione composta per la maggior parte da imprese di piccole dimensioni. La risposta è senza dubbio positiva. Nel 2019,⁴⁸ l'export marchigiano era infatti in crescita del 3,2% rispetto al 2018. Inoltre, tra le regioni italiane, le Marche si attestavano all'ottava posizione per incremento delle esportazioni rispetto all'anno precedente. Le esportazioni interessano soprattutto il settore manifatturiero e, più nello specifico, i settori chimico-farmaceutico, meccanico, calzaturiero, metallurgico e la vendita di mobili e prodotti in legno. Il commercio estero, pertanto, risulta non solo rilevante per le piccole e medie imprese delle Marche ma anche in espansione.

Un'ulteriore fonte di informazioni è stata la prima fase di osservazione presso l'impresa partner. È proprio in questa fase che si è constatato il ruolo chiave dei commerciali esteri come traduttori non professionisti. Questa osservazione ha spinto a inserire, tra le opzioni di risposta alla domanda n. 14 (cfr. Allegato), anche la figura del commerciale estero come soggetto addetto alle traduzioni.

Infine, sono stati analizzati due questionari già somministrati rispettivamente in Alto Adige (Chiocchetti 2015)⁴⁹ e in Lazio (Incelli 2008). Queste due indagini hanno fornito spunti utili per una formulazione più precisa delle domande del questionario. In particolare, le domande dalla 22 alla 30 del questionario di Chiocchetti (2015:303–5) sono incentrate sulla gestione del processo traduttivo nelle aziende altoatesine e sono state prese come riferimento per la formulazione delle domande relative della terza sezione del nostro questionario. Incelli (2008) ha condotto invece un'indagine in un contesto monolingue: il Lazio. In questo caso, l'analisi era incentrata sulle strategie di gestione

⁴⁶ <https://statistica.regione.marche.it/> (ultima consultazione 28/11/2022).

⁴⁷ Dati estrapolati dai report forniti dalla Regione Marche:

https://statistica.regione.marche.it/Portals/0/Settori/attivita_produttive_e_ict/c47215c5-f151-42ff-aa4e-94aa0d93fe6b.pdf (ultima consultazione 28/11/2022).

⁴⁸ https://statistica.regione.marche.it/Portals/0/Settori/commercio_estero/bb7bba95-826e-4d8e-99de-812c9f83b780.pdf (ultima consultazione 28/11/2022).

⁴⁹ Per maggiori informazioni sull'indagine svolta in Alto Adige si rimanda a Chiocchetti (2015, 2018).

linguistica nelle PMI laziali. In una delle sezioni del questionario, Incelli (2008:110) pone la seguente domanda: “do you perceive a loss of business because of language and cultural barriers?”. La perdita di occasioni commerciali diviene dunque per Incelli l’indicatore di una potenziale barriera linguistico-culturale. Questa domanda è stata ripresa e inserita nella quarta sezione del questionario impiegato nella presente ricerca, dove l’obiettivo consisteva nell’individuare criticità esperite dalle imprese nella comunicazione multilingue. A partire da queste fonti è stato possibile formulare il questionario per la rilevazione dei dati quantitativi sul territorio. Di seguito vengono descritte brevemente le tipologie di domande inserite nel questionario.

Le domande sono prevalentemente chiuse. Questa scelta è motivata da due ragioni. Da un lato si sono volute facilitare la codifica e successiva analisi dei dati. Dall’altro si è scelta una tipologia di domande che risulta di più rapida compilazione e meno stancante per i rispondenti (cfr. Caselli 2007:94). Nella fase preparatoria dello studio era stato segnalato dal prof. Iacobucci⁵⁰ un tasso di risposta medio delle imprese marchigiane pari al 5%. Pertanto, per ottenere un numero più elevato possibile di risposte, si è scelta la modalità di compilazione più agevole per i rispondenti.

Nel questionario sono state inserite anche alcune domande semichiusure e scale di valutazione. Le domande semichiusure, in cui viene fornita la dicitura “altro” come opzione liberamente compilabile dal rispondente, consentono l’inserimento di ulteriori commenti e risposte non presenti tra quelle proposte. Questa tipologia di domanda è stata scelta per tutti i casi in cui non era possibile, anche alla luce del *pre-test*, poter prevedere con la dovuta accuratezza tutte le possibili risposte dei partecipanti. È questo il caso della domanda n. 15 in cui si chiedeva per quali testi ci si rivolge ai traduttori professionisti esterni. Per la domanda n. 10 è stata scelta invece una scala autoancorante: ai partecipanti veniva chiesta una valutazione, ossia quanto è utile la conoscenza delle lingue straniere per le attività aziendali su una scala da 1 (per niente utile) a 5 (molto utile). Infine, l’utilizzo di domande filtro (p.es. le domande n. 7, n. 11 e n. 16) ha reso possibile una compilazione condizionata e guidata, in cui determinate domande – dette domande condizionate – venivano mostrate solo a coloro che avevano dato una certa risposta alla domanda filtro precedente. È questo il caso, ad esempio, della domanda n. 7. Solo i partecipanti che rispondevano affermativamente alla domanda “l’azienda ha sedi all’estero?” passavano alla compilazione della domanda n. 8 (“In che lingua vengono condivise le informazioni tra la casa madre e le sedi estere?”).

⁵⁰ Il prof. Iacobucci è autore della già menzionata Classifica annuale delle principali imprese marchigiane (cfr. 2.3).

2.3.1.1 Selezione del campione, *pre-test* e somministrazione

In questo paragrafo, vengono descritte le fasi propedeutiche all'invio del questionario e la modalità di somministrazione.

L'indagine tramite questionario non mirava alla rappresentatività statistica. Per ottenere una rappresentatività statistica si sarebbe dovuto attuare un campionamento di tipo probabilistico e sarebbe stato necessario conoscere con esattezza l'intera popolazione di studio per poi procedere, a partire da liste ufficiali, con un campionamento casuale, sistematico, stratificato o a grappoli (cfr. Caselli 2007:143–52). Tuttavia, non è possibile identificare a priori tutte le imprese marchigiane che attuano processi traduttivi al loro interno. In casi come questo, in cui non si dispone di una lista completa della popolazione studiata e in cui l'indagine assume una natura esplorativa (cfr. Caselli 2007:152–53), va preferito un campionamento di tipo non probabilistico. Nel campionamento non probabilistico, non essendo prevista una generalizzazione dei risultati ottenuti, vengono predilette altre modalità di campionamento. In questo studio è stato adottato quello che Caselli (2007:155) definisce un “campionamento a scelta ragionata”, che consiste nel selezionare i soggetti che meglio rispondono agli obiettivi del proprio progetto di ricerca. Il focus di questa parte del progetto consisteva in una prima analisi della gestione linguistica e delle pratiche traduttive delle imprese locali. Per questo motivo si è scelto, come primo criterio di selezione, di coinvolgere le società di capitali con sede principale nelle Marche. Le imprese dovevano inoltre presentare almeno una delle seguenti caratteristiche:

- a) partecipazioni in società estere;⁵¹
- b) esportazione dei propri prodotti;⁵²
- c) sito web in più lingue;

I criteri, discussi con tutor e co-tutor, consentono di identificare le imprese che intrattengono rapporti con l'estero e che attuano con ogni probabilità un processo traduttivo. Al contempo, non era necessario che le imprese presentassero tutte e tre le caratteristiche sopra elencate per essere coinvolte nell'indagine. Questa scelta mirava a includere nell'analisi anche realtà piccole, prive ad esempio di società estere, ma potenzialmente attive sul piano internazionale.

Prima di procedere con la somministrazione del questionario, è stato svolto un *pre-test*. Il *pre-test* è una prova sul campo del questionario che consente di individuare eventuali difficoltà di comprensione da parte dei rispondenti e di raccogliere proposte migliorative. Fondamentale è che le

⁵¹ Questo dato è estrapolabile da Aida, una banca dati realizzata da Bureau van Dijk S.p.A. e contenente i dati anagrafici e merceologici di tutte le società di capitale italiane.

(<https://aida.bvdinfo.com/version-2022211/Home.serv?product=AidaNeo>, ultima consultazione 28/01/2023).

⁵² Questo dato è estrapolabile dai siti web delle imprese e in molti casi è disponibile sul sito di Confindustria Marche (<http://confindustria.marche.it/sp/home.3sp>, ultima consultazione 28/01/2023).

persone coinvolte nel *pre-test* fanno parte della popolazione studiata (Caselli 2007:133). Pertanto, il questionario è stato testato su cinque soggetti provenienti da imprese sia piccole che grandi con almeno una delle caratteristiche sopra illustrate. Questa fase ha consentito una formulazione più chiara di alcune domande.⁵³

Successivamente, ha avuto luogo la fase di somministrazione. L'individuazione delle unità da contattare è stata svolta a partire dall'elenco fornito nella Classifica annuale delle principali imprese marchigiane (Iacobucci 2020) e dal database Aida. Quest'ultimo consente di applicare diversi filtri di ricerca ed estrapolare un elenco di indirizzi mail aziendali generici a cui inoltrare il link per la compilazione del questionario. La somministrazione è avvenuta anche in collaborazione con alcune associazioni di categoria⁵⁴ locali che hanno gentilmente inoltrato il questionario alle imprese rilevanti. Si è cercato, laddove possibile, di raggiungere gli uffici *export* o di *customer service* estero delle imprese. Nella fase di *pre-test* e dalle osservazioni svolte presso l'impresa partner era infatti emerso il ruolo preponderante di questi reparti nella gestione delle traduzioni svolte internamente. Nell'inviare il questionario alle e-mail generiche delle imprese è stato pertanto richiesto, laddove possibile, di inoltrare il questionario ai colleghi dei suddetti uffici o a quelli addetti alle traduzioni. Un caso a parte rappresentano le aziende più piccole, dove la minore strutturazione interna non ha consentito di identificare un ufficio specifico deputato all'*export*. Tuttavia, si è ritenuto che le figure addette all'amministrazione e alla direzione avessero una panoramica sufficientemente completa sul fenomeno studiato.

Infine, va sottolineato che il questionario qui descritto è a "restituzione differita" (cfr. Caselli 2007:82). In altre parole, la restituzione del questionario compilato avviene dopo qualche giorno o settimana dall'invio da parte del ricercatore. La compilazione si effettua tramite un link che rimanda alla pagina di Google Moduli contenente il questionario. Nella parte introduttiva del questionario, i rispondenti sono stati informati sulla tipologia di informazioni raccolte e sulle finalità dello studio. Per procedere alla compilazione, era necessario dare il proprio consenso al trattamento dei dati. Per garantire l'anonimato dei soggetti coinvolti, nel questionario non venivano richieste informazioni sensibili, né il nome o il cognome dei singoli rispondenti.

⁵³ Per rendere le domande e le opzioni di risposta più chiare, si è spesso ricorso all'inserimento di alcuni esempi tra parentesi. Si vedano ad esempio le domande n. 18, n. 19 e n. 20 (cfr. Allegato).

⁵⁴ Si ringraziano in particolare il Cluster Marche Manufacturing, partner del presente progetto, il CNA di Ancona e Confindustria Marche.

2.3.1.2 Vantaggi e limiti

Come anticipato nei paragrafi precedenti, il questionario è uno strumento di rilevazione che ha l'indubbio vantaggio di consentire una raccolta standardizzata dei dati e di facilitarne dunque la quantificazione e comparazione. È tuttavia opportuno sottolineare anche i limiti del questionario come strumento di rilevazione e, più in particolare, di quello somministrato nel presente progetto. Innanzitutto, il questionario è, come le altre tecniche di ricerca standard, un metodo che ben si presta a raccogliere dati di natura esplorativa ma non di natura esplicativa, come opinioni personali ed emozioni (Saldanha e O'Brien 2014:152). Inoltre, i partecipanti sono fortemente limitati nelle loro risposte e il tasso di risposta stesso è difficilmente prevedibile e/o monitorabile. Vi sono inoltre alcuni possibili errori connessi alla stesura, somministrazione e analisi dei questionari.

Saldanha e O'Brien (2014:153) individuano quattro rischi in cui ci si può imbattere nelle indagini svolte tramite questionario: *coverage error*, quando sussiste il rischio di non vedere inclusa una parte della popolazione di studio, *sampling error*, quando alcune parti della popolazione hanno una probabilità maggiore di essere incluse nello studio di altre, *nonresponse error*, quando alcuni membri della popolazione non rispondono al questionario e *measurement error*, quando le risposte fornite differiscono da quello che pensa realmente il soggetto.

I primi due rischi (*coverage error* e *sampling error*) assumono una maggiore rilevanza nelle indagini che mirano alla rappresentatività statistica. Tuttavia, anche nella presente indagine si è cercato di limitare tali rischi coinvolgendo più imprese possibili e diffondendo il questionario in maniera capillare. Tra i canali impiegati vi sono i social, la mail diretta, nonché la collaborazione con associazioni di categoria consolidate sul territorio che hanno funto da tramite. Per quanto riguarda il rischio di non risposta (*nonresponse error*), si è inviato un sollecito a distanza di alcune settimane per incoraggiare chi non lo avesse ancora fatto a compilare il questionario. Si ritiene comunque che i 205 questionari raccolti forniscano informazioni sufficienti riguardo al fenomeno studiato. Infine, si auspica che la garanzia di anonimato e l'assenza di domande sensibili abbia incentivato i rispondenti a fornire risposte sincere e dunque a ridurre il quarto rischio (*measurement error*) menzionato da Saldanha e O'Brien.

2.3.1.3 Metodo di analisi

Al termine della raccolta dati, è stato possibile estrapolare la matrice finale dei dati. Questa è stata sottoposta a una operazione di pulizia manuale volta al raggiungimento della massima qualità del *dataset*. In particolare, si è verificata la completezza dei questionari raccolti e sono state rimosse risposte inserite per errore più di una volta.

L'analisi svolta attiene alla statistica descrittiva ed era finalizzata a descrivere le caratteristiche essenziali dei dati raccolti e a fornirne un resoconto (cfr. Trochim, 2006). Nello specifico sono state svolte analisi monovariate, ad esempio delle distribuzioni di frequenza, delle tendenze centrali e dei valori di dispersione e concentrazione.⁵⁵ I grafici sono stati creati con le apposite funzioni in Excel e, per alcune correlazioni più complesse, si è ricorsi all'utilizzo di Stata.⁵⁶

Visto che le interviste fungono da approfondimento, i dati di questionario e interviste sono stati integrati e messi in relazione. Pertanto, nel capitolo 3 i dati quantitativi vengono completati e arricchiti con le citazioni provenienti dalle trascrizioni delle interviste. La raccolta dei dati tramite intervista viene descritta più in dettaglio nei paragrafi seguenti.

2.3.2 Interviste qualitative

La scelta dell'intervista come metodo di raccolta dati è in linea con il paradigma interpretativo che, come osservato al paragrafo 2.1, è alla base del presente progetto di ricerca. Infatti, come spiega Corbetta (2015:100): “per gli studiosi che si ispirano al paradigma interpretativo, l'intervista qualitativa rappresenta, fra le tecniche basate sull'interrogazione, l'unica strada per una comprensione autentica della realtà sociale”.

Esistono tre tipologie di intervista nella ricerca qualitativa: l'intervista strutturata, l'intervista semistrutturata e l'intervista non strutturata. Nel primo caso, a tutti gli intervistati vengono poste le stesse domande con la stessa formulazione e nella stessa sequenza. Nel secondo caso, solo il contenuto delle domande è prefissato ma l'ordine e la formulazione delle domande vengono definiti di volta in volta dall'intervistatore. Nel terzo caso, sia le domande che il contenuto possono variare da un soggetto all'altro (Corbetta 2015:71–77). Le interviste condotte nella presente indagine si configurano come semistrutturate. Il contenuto delle interviste era infatti prestabilito e riprendeva gli argomenti principali trattati nel questionario, mentre l'ordine e la formulazione delle domande variava in base ai soggetti coinvolti. Ciò ha consentito di mantenere costante il flusso dell'intervista, anticipando, posponendo o saltando determinate domande (cfr. Döring e Bortz 2016) e di “sviluppare temi che nascono nel corso dell'intervista e che egli ritiene importanti ai fini della comprensione del soggetto intervistato” (Corbetta 2015:77). Il fine ultimo delle interviste consisteva nell'approfondire i risultati del questionario e di focalizzare l'attenzione sul punto di vista dei soggetti addetti allo svolgimento e/o alla supervisione delle traduzioni. Pertanto, era necessario un grado – seppur generale

⁵⁵ Per approfondimenti relativi ai vari tipi di analisi si rimanda a Caselli (2007:187–218).

⁵⁶ Stata è un software ampiamente impiegato in ambito statistico che consente di raccogliere, elaborare ed analizzare dati e di rappresentare correlazioni in forma grafica. Per maggiori informazioni si rimanda al relativo sito web: <https://www.stata.com/> (ultima consultazione 28/01/2023).

– di strutturazione dello strumento che consentisse di riprendere i punti principali del questionario, di comparare le risposte fornite da ciascun soggetto e di ricostruire diverse casistiche di processi traduttivi aziendali. Al contempo, si voleva lasciare più libertà possibile agli intervistati in modo da far emergere anche temi inaspettati e potenzialmente rilevanti. Alla luce di queste considerazioni, l'intervista semistrutturata rappresentava la tipologia più idonea.

Nei paragrafi seguenti viene descritta la traccia seguita durante le interviste, le modalità di selezione e coinvolgimento degli intervistati, i vantaggi e limiti di questo metodo di raccolta dati, nonché il metodo di analisi impiegato. Ci si concentra nello specifico sulle interviste condotte nell'ambito dell'indagine sul territorio marchigiano. Non vengono considerate per il momento le tre interviste relative allo studio di caso svolto presso l'impresa partner che vengono approfondite a parte nel paragrafo 2.4.2.2.

2.3.2.1 Traccia dell'intervista

Come anticipato, nell'intervista semistrutturata ci si avvale di una traccia di temi da affrontare. La traccia può consistere in un semplice elenco di argomenti o essere formulata in maniera più dettagliata, ad esempio sotto forma di domande di carattere generale (Corbetta 2015:74).

La traccia impiegata nella presente ricerca si componeva di alcune domande generali articolate intorno a quattro macrocategorie: informazioni generali, strategie di gestione linguistica, processo traduttivo e problemi riscontrati dai soggetti. Come si intuisce, le quattro macrocategorie corrispondono alle diverse sezioni del questionario. In particolare, si è scelto di dedicare più spazio possibile alla terza macrocategoria, ossia al processo traduttivo. Infatti, la struttura rigida del questionario non consentiva né un'analisi dettagliata del processo traduttivo nelle diverse realtà aziendali, né una ricostruzione della percezione degli attori coinvolti. Questi limiti vengono superati con la tecnica dell'intervista, che consente un'effettiva comprensione della realtà sociale studiata. Di seguito viene riportata la traccia seguita durante lo svolgimento delle interviste.

Area tematica	Traccia dell'intervista
Informazioni generali	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Quali dimensioni ha la Sua azienda? ➔ Quale è il Suo ruolo? ➔ Quali mansioni svolge? ➔ Quale è la Sua formazione?
Strategie di gestione linguistica	<ul style="list-style-type: none"> ➔ In quale/i lingua/e si comunica con i clienti stranieri? ➔ In quale/i lingua/e si comunica con le sedi estere (se presenti)? ➔ Quali reparti se ne occupano? ➔ Vengono offerti corsi di lingua ai dipendenti? Qual è la relativa frequenza e utilità?

Processo traduttivo	<ul style="list-style-type: none"> → Può descrivere come viene gestito un progetto di traduzione dalla redazione del testo alla revisione finale? → Chi traduce internamente? → Quali testi si traducono? → Di quali strumenti ci si avvale per la traduzione (glossari, software di traduzione, dizionari)? → Se ci sono delle difficoltà durante la traduzione, a chi ci si rivolge? → In quali casi si ricorre ai traduttori esterni e alle agenzie? → I testi tradotti esternamente vengono sempre revisionati? → Chi li revisiona? → Come si memorizzano eventuali modifiche/correzioni?
Problemi riscontrati	<ul style="list-style-type: none"> → Sono state riscontrate difficoltà nella comunicazione scritta/orale in lingua straniera? → Quali difficoltà vengono riscontrate nella gestione del processo traduttivo? → Sono stati individuati errori nelle traduzioni svolte internamente? E in quelle svolte esternamente?

Tabella 3 - Traccia dell'intervista

La prima macrocategoria di domande (informazioni generali) consentiva un primo inquadramento degli intervistati, del loro ruolo e del tipo di azienda in cui operano. La seconda macrocategoria (strategie di gestione linguistica) consentiva di approfondire alcuni punti chiave del questionario. Ad esempio, dall'analisi quantitativa era emersa una predilezione delle imprese locali per l'utilizzo dell'inglese come lingua franca. Nel corso dell'intervista si mirava a capire quali ragioni orientassero la scelta delle lingue straniere impiegate e come questa scelta si ripercuotesse sul numero di lingue coinvolte nel processo traduttivo. La terza macrocategoria (processo traduttivo) mirava a individuare le principali fasi, gli strumenti e gli attori coinvolti nel processo traduttivo. Un dato rilevante emerso dall'analisi quantitativa era la gestione prevalentemente interna delle traduzioni da parte della maggior parte delle imprese coinvolte. Nelle interviste si mirava a comprendere le ragioni di questa scelta e ad approfondire il punto di vista dei traduttori interni. Infine, la quarta macrocategoria (problemi riscontrati) era finalizzata ad approfondire le eventuali criticità riscontrate nella comunicazione scritta o orale in lingua straniera e nella traduzione della documentazione aziendale.

2.3.2.2 Selezione degli intervistati

Dal momento che il fine dell'intervista non è la rappresentatività, è evidente che la selezione dei soggetti da intervistare rientra in un disegno di tipo non probabilistico. Il ricercatore individua, dunque, solo alcune caratteristiche sociografiche rilevanti per il tema di ricerca (cfr. Corbetta 2015:68–69) a cui attenersi in fase di selezione degli intervistati. Nel nostro caso, la selezione ha tenuto conto dei seguenti criteri:

- a. si è cercato di includere sia PMI che grandi imprese. Questo criterio deriva dall'ipotesi che le dimensioni e il grado di strutturazione interno delle imprese rientrino tra i fattori che hanno un impatto sulla gestione del processo traduttivo e debbano dunque essere comparate osservando diverse realtà aziendali per valutarne il peso.
- b. I soggetti intervistati provengono da imprese situate in diverse province marchigiane. Sebbene la rappresentatività non rientri tra gli obiettivi della ricerca qualitativa tramite intervista, si è cercato di garantire una copertura più ampia possibile del territorio.
- c. Sono stati inclusi unicamente soggetti addetti alle traduzioni. Si riteneva infatti che loro, più di altri, avessero una panoramica sufficientemente ampia della gestione del processo traduttivo in azienda. Inoltre, come anticipato nella parte teorica del presente lavoro, uno degli obiettivi del progetto di ricerca era proprio l'approfondimento della prospettiva dei traduttori aziendali. Per quanto riguarda le imprese più grandi, dove l'esternalizzazione è la strategia preponderante, sono stati intervistati soggetti addetti alla gestione dei rapporti con i traduttori professionisti esterni.

In totale sono stati intervistati 15 soggetti provenienti da 15 imprese marchigiane. Gli intervistati sono stati coinvolti con l'aiuto del co-tutor di dottorato che ha stabilito un primo contatto con alcune imprese. Nella tabella seguente viene fornita una panoramica delle caratteristiche dei soggetti intervistati. Nella prima colonna a ciascun intervistato è stato assegnato un codice identificativo composto dall'abbreviazione INT seguita da un numero compreso tra 1 e 15. Nella seconda colonna viene riportata l'area aziendale in cui operano i soggetti coinvolti. Nella terza colonna viene indicato il ruolo che il soggetto riveste all'interno del processo traduttivo (traduzione o attività di sola gestione delle traduzioni). Nella quarta colonna vengono riportate le dimensioni aziendali, attuando una distinzione tra imprese piccole (meno di 50 dipendenti), medie (51-250 dipendenti) e grandi (oltre 250 dipendenti). Nella quinta colonna viene riportata la sigla della provincia in cui opera l'impresa.

Codice intervistato	Area aziendale	Ruolo all'interno del processo traduttivo	Dimensioni aziendali	Provincia
INT_1	Direzione	traduce	Media	PU
INT_2	Commercio estero	traduce	Grande	MC
INT_3	Commercio estero	traduce	Piccola	MC
INT_4	Commercio estero	traduce	Grande	PU
INT_5	Commercio estero	traduce	Piccola	FM
INT_6	Commercio estero	traduce	Media	FM
INT_7	Commercio estero	traduce	Grande	PU
INT_8	Commercio estero	traduce	Piccola	AN
INT_9	Commercio estero	traduce	Media	MC
INT_10	Direzione	gestisce le traduzioni	Media	AN
INT_11	Commercio estero	traduce	Piccola	FM

INT_12	Sviluppo prodotti	traduce	Media	AN
INT_13	Comunicazione	gestisce le traduzioni	Grande	MC
INT_14	Acquisti	gestisce le traduzioni	Grande	AN
INT_15	Commercio estero e comunicazione	traduce	Piccola	MC

Tabella 4 - Soggetti intervistati

Dall'indagine quantitativa era emerso il ruolo preponderante dei commerciali esteri nello svolgimento delle traduzioni. Per questo motivo, molti dei soggetti coinvolti operano nei reparti deputati al commercio estero (p.es. commerciali esteri ed *export manager*) e si occupano personalmente delle traduzioni (INT_2, INT_3, INT_4, INT_5, INT_6, INT_7, INT_8, INT_9, INT_11, INT_15). In un caso (INT_12), il soggetto incaricato di svolgere le traduzioni opera in un reparto diverso da quello commerciale, ossia nell'area di sviluppo prodotti. L'intervistato n.1 (INT_1) opera all'interno di una PMI che dirige lui stesso e all'interno della quale traduce spesso testi in prima persona. Anche l'intervistato n. 10 (INT_10) ha un ruolo dirigenziale ma coordina spesso le traduzioni svolte internamente e/o esternamente. Infine, gli intervistati n.13 e n.14 (INT_13, INT_14) lavorano rispettivamente nell'ufficio comunicazione e nell'ufficio acquisti di due grandi imprese ma si occupano anche di elaborare incarichi traduttivi e assegnarli alle agenzie di traduzione esterne.

Come emerge dalla quarta colonna, la maggior parte delle imprese sono PMI. Questo dato rispecchia in parte la composizione del tessuto imprenditoriale marchigiano, composto in larga parte da imprese di piccole e medie dimensioni.

2.3.2.3 Vantaggi e limiti

Prima di passare a descrivere il metodo di analisi impiegato, si ritiene opportuno presentare brevemente i vantaggi e i limiti dell'intervista come tecnica di rilevazione di informazioni.

In primo luogo, l'intervista si basa più sulla comprensione della realtà che sulla documentazione. In altre parole, "l'intervista *non* viene utilizzata, in prima istanza, per raccogliere dati sulle persone, ma per farle parlare e per capirle dal di dentro" (Corbetta 2015:67). Ne deriva che il principale vantaggio dell'intervista consiste proprio nell'analizzare il fenomeno studiato attraverso gli occhi del soggetto intervistato. Di quest'ultimo si approfondiscono opinioni e pensieri altrimenti difficilmente accessibili con la sola osservazione partecipante (cfr. Saldanha e O'Brien 2014:168).

Tra gli svantaggi dell'intervista come tecnica di rilevazione vi è la maggiore difficoltà nell'individuare soggetti disponibili a investire tempo ed energia nell'intervista. Ciò si ripercuote in un numero di unità di analisi solitamente inferiore rispetto alle indagini svolte tramite questionario e dunque nell'assenza di campioni rappresentativi. Per arginare queste difficoltà, nell'ambito del

presente progetto le interviste sono state svolte a distanza, tramite videochiamata, e negli orari suggeriti dagli intervistati stessi. Il numero finale di interviste è esiguo, ma ha consentito di individuare alcune tendenze ricorrenti nelle diverse imprese. In particolare, si è seguito il principio della saturazione, generalmente applicato nelle indagini qualitative tramite interviste. In altre parole, si continuano a svolgere interviste “fino a quando ogni ulteriore intervista [...] non aggiunge nuove informazioni” (Memoli 2004:42).

2.3.2.4 Metodo di analisi

Le 15 interviste svolte hanno una durata media di circa 40 minuti. Tutti gli intervistati sono stati informati sulle finalità dell'indagine e hanno fornito il proprio consenso alla registrazione dell'intervista. Ciò ha semplificato in maniera significativa la successiva trascrizione e analisi.

La trascrizione è stata svolta con l'ausilio del software *Listen N Write*⁵⁷ ed è stata tipo selettivo: le interviste non sono state trascritte nella loro interezza ma solo nelle parti ritenute salienti per il presente lavoro.⁵⁸ Inoltre, non sono stati inclusi elementi paraverbali come il tono della voce o eventuali pause, in quanto l'obiettivo consisteva nell'approfondire il contenuto delle interviste, ossia il punto di vista degli intervistati e le diverse pratiche traduttive adottate nelle imprese. Una volta trascritte, le interviste sono state ripulite di eventuali dati che potessero lasciar trapelare l'identità dei soggetti coinvolti. Sono stati rimossi i nomi degli intervistati, di eventuali colleghi e il nome dell'azienda di appartenenza.

I dati così ottenuti sono stati sottoposti a un processo di analisi. In particolare, è stato scelto il metodo proposto da Kuckartz (2018:97–122), denominato *inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse*. Le fasi proposte da Kuckartz e seguite nel presente lavoro sono le seguenti:

1. lavoro iniziale sulle trascrizioni, durante il quale sono state evidenziate le sezioni testuali ritenute rilevanti alla luce delle domande di ricerca.
2. Sviluppo di macrocategorie tematiche che rispecchiassero le sezioni principali della traccia dell'intervista.
3. Codifica del materiale complessivo alla luce delle suddette macrocategorie. In questa fase ha avuto luogo una prima codifica delle trascrizioni. In particolare, le macrocategorie tematiche

⁵⁷ *Listen N Write* è un software che include un dispositivo di riproduzione audio e un editor di testo che consente la trascrizione di file audio. Per maggiori informazioni si rimanda al relativo sito web: <https://listen-n-write-free.it.uptodown.com/windows> (ultima consultazione 28/01/2023).

⁵⁸ Per approfondimenti relativamente alle decisioni da prendere in fase di trascrizione, si rimanda a Hussy et al. (2013:236–37).

sopra definite sono state assegnate a ciascun passaggio testuale. Il risultato è un testo contenente diverse etichette, ciascuna corrispondente a una determinata macrocategoria.

4. Raggruppamento di tutte le sezioni testuali riportanti la stessa etichetta e relative, dunque, alla stessa macrocategoria tematica.
5. Definizione induttiva delle sottocategorie a partire dal materiale testuale raccolto a parte nel passaggio precedente. Questa fase mira a differenziare internamente i diversi temi emersi dalla codifica.
6. Codifica del materiale con il sistema differenziato di categorie. Questa fase consiste in un secondo processo di codifica con cui il materiale etichettato inizialmente con le sole macrocategorie tematiche è stato arricchito delle sottocategorie sviluppate nel passaggio precedente.
7. Analisi e visualizzazione. Una volta concluso il processo di codifica è stata prodotta una matrice tematica in cui a ogni colonna corrispondeva una delle categorie emerse durante la codifica e a ciascuna riga i dati relativi a ogni intervistato. Una matrice di questo tipo consente un'analisi sistematica e non episodica di tutte le unità di analisi (cfr. Kuckartz 2018:117) e una più agevole individuazione di correlazioni e tendenze comuni o divergenti.

Al termine del processo di analisi, i risultati del questionario sono stati ripresi e approfonditi alla luce delle categorie emerse in fase di analisi e codifica delle trascrizioni. I risultati vengono presentati in dettaglio nel capitolo 3.

2.4 Studio di caso

Un'ulteriore fonte di dati per il presente progetto è lo studio di caso svolto presso un'impresa locale. Yin (2018:15) definisce il *case study* come un “empirical method that investigates a contemporary phenomenon (the “case”) in depth and within its real-world context, especially when the boundaries between phenomenon and context may not be clearly evident”. Anche Simons (2009:19) attribuisce un ruolo decisivo al contesto, fornendo la seguente definizione: “Case study is an in-depth exploration from multiple perspectives of the complexity and uniqueness of a particular project, policy, institution, programme or system in a ‘real life’ context”. Il *case study* è dunque un metodo empirico che consente al ricercatore di fare luce sulla complessità del fenomeno osservato, sul suo legame con il contesto di appartenenza, nonché sulle sue caratteristiche più peculiari. A differenza dei metodi sperimentali, in cui la raccolta dati avviene in un ambiente controllato, e dell'analisi testuale, dove prodotto e contesto vengono distinti nettamente, il fine ultimo dello studio di caso consiste nel contestualizzare l'oggetto di studio in un ambiente reale, non esposto a manipolazioni. Queste

caratteristiche rendono la ricerca tramite *case study* particolarmente utile negli studi traduttivi orientati al contesto (cfr. Saldanha e O'Brien 2014:207) e, in particolar modo, nei *workplace studies*.

Anche nell'ambito del presente lavoro lo studio di caso ha giocato un ruolo chiave e ha consentito di analizzare da vicino il processo traduttivo in un contesto aziendale. La possibilità di svolgere uno studio di caso è inoltre stata possibile grazie alla natura stessa del progetto di dottorato. Come anticipato nel capitolo 1, si tratta infatti di un Dottorato Innovativo a caratterizzazione industriale supportato dalla Regione Marche che prevede la collaborazione con le imprese locali. Tra queste imprese, una in particolare ha accettato di prendere parte all'indagine. Nei paragrafi seguenti vengono descritti i criteri che hanno motivato la scelta dell'impresa partner, i metodi impiegati, nonché i limiti e i vantaggi di ciascun metodo.

2.4.1 Criteri di selezione

Secondo Yin (2018:49–53), un caso di studio deve essere selezionato quando considerato critico, comune, rivelatorio, longitudinale o inusuale. Un caso critico viene scelto quando consente al ricercatore di verificare se una determinata teoria è corretta o se esistono invece spiegazioni alternative. Un caso comune è selezionato quando si vogliono identificare le circostanze nelle quali si svolge una normale attività quotidiana. Un caso rivelatorio viene selezionato quando il ricercatore ha accesso a un fenomeno mai osservato in precedenza poiché inaccessibile. Un caso di studio longitudinale consiste invece nell'analisi dello stesso caso a distanza nel tempo. Come si intuisce, il fine è, ad esempio, monitorare l'evoluzione di un certo fenomeno. Infine, un caso inusuale viene selezionato perché singolare e degno dunque di approfondimento. Una sesta casistica, che non rientra in nessuno dei cinque casi appena menzionati, si presenta quando vi sono accordi particolari tra partecipanti e ricercatori (Yin 2018:105). L'impresa coinvolta nel presente progetto è stata selezionata alla luce di alcuni scambi avvenuti tra l'università e l'impresa stessa e sulla base di accordi già in essere. Durante un convegno organizzato dal Dipartimento di Studi Umanistici, l'impresa in questione aveva mostrato interesse alla ricerca in materia di processi traduttivi. Inoltre, era già partner di uno dei cluster di imprese coinvolti nei progetti di Dottorato Innovativo promossi dalla Regione Marche.⁵⁹ Riprendendo i criteri sopra esposti, l'impresa rappresenta un caso comune e in linea con le domande di ricerca: si tratta di un'azienda situata sul territorio marchigiano, attiva sul piano internazionale e che produce documentazione multilingue. Inoltre, nell'impresa in questione le traduzioni vengono svolte sia internamente da traduttori non professionisti che esternamente da

⁵⁹ I progetti di Dottorato Innovativo prevedono la collaborazione tra tutor di dottorato, dottorandi e uno dei seguenti cinque cluster di imprese marchigiane: Agrifood, E-living, Marche Manufacturing, In Marche. Per maggiori informazioni si rimanda alla relativa pagina web: <https://www.cluster-marche.it/home> (ultima consultazione 28/01/2023).

un'agenzia di traduzione. Questa duplice natura del processo traduttivo risulta particolarmente interessante perché consente di analizzare da un lato il ruolo dei traduttori non professionisti in azienda e, dall'altro, la cooperazione tra l'agenzia di traduzione e l'impresa dal punto di vista di quest'ultima. Come evidenziato nel paragrafo 1.4, questa prospettiva risulta ad oggi pressoché assente in letteratura.

L'impresa studiata conta oltre 500 dipendenti e sei sedi estere. Si tratta pertanto di una azienda di grandi dimensioni che rappresenta solo una parte delle imprese locali. Va comunque sottolineato che l'obiettivo degli studi di caso non consiste in una generalizzazione dei risultati all'intera popolazione di riferimento.⁶⁰ Pertanto, la scelta di una grande impresa a scapito di una PMI non rappresentava una criticità dal punto di vista metodologico. Infine, si è scelto di concentrare l'attenzione su un caso singolo (anche detto *single case study*) piuttosto che su casi multipli (*multiple case study*) per limiti temporali e metodologici. L'osservazione partecipante, a differenza di altri metodi, richiede molto tempo e un coinvolgimento maggiore da parte del ricercatore. La crisi pandemica ha inoltre reso la collaborazione in presenza più difficoltosa e a tratti impossibile. Pertanto, l'analisi di più casi è stata esclusa già nelle fasi iniziali del progetto.

2.4.2 Fonti di dati

Uno dei punti di forza degli studi di caso è l'opportunità, per il ricercatore, di combinare diverse fonti di dati e incrementare così la qualità dei risultati finali. Yin (2018:113–25) individua sei fonti di dati tipicamente impiegate negli studi di caso: la documentazione, gli archivi, le interviste, l'osservazione diretta, l'osservazione partecipante e gli artefatti. Per il presente progetto, si è attinto in particolare alla documentazione aziendale, alle interviste svolte con il personale e all'osservazione partecipante. Queste tre fonti di dati vengono descritte di seguito.

2.4.2.1 Documentazione

La documentazione aziendale catalogata e analizzata attiene a tre diverse tipologie di testi: i testi primari, i testi di riferimento e i testi secondari.⁶¹ Con “testi primari” si fa riferimento ai testi prodotti e tradotti dall'impresa. I “testi di riferimento” sono invece le risorse di cui si servono i soggetti osservati per l'effettivo svolgimento dell'attività di traduzione o di revisione dei testi tradotti

⁶⁰ Come sostengono Saldanha e O'Brien (2014:208): “the case study is not carried out with the assumption that it will enable us to generalize the results to the larger group of which the case forms a part”.

⁶¹ È stata ripresa in parte la classificazione dei documenti impiegata da Kastberg (2009:53) durante l'osservazione sul campo del processo di redazione tecnica di un'agenzia di redazione e traduzione danese.

esternamente. È questo il caso di glossari e frasari. Con testi secondari si intendono invece tutti i testi che accompagnano il workflow traduttivo. Si tratta ad esempio di interazioni via e-mail tra diversi attori coinvolti nel processo contenenti domande, chiarimenti, feedback o incarichi. I testi di riferimento e i testi secondari si sono rivelati particolarmente utili per comprendere se e come i traduttori interni si avvalsero di glossari o dizionari propri e se l'azienda condividesse tramite e-mail eventuali informazioni legate all'incarico traduttivo.

Nella tabella seguente viene mostrato un riepilogo sintetico dei principali testi analizzati durante la permanenza in azienda e trattati nel capitolo relativo allo studio di caso (cfr. 4). Per ciascun testo viene riportato un codice⁶² (prima colonna), la tipologia di documento (seconda colonna), le lingue in cui è disponibile il documento (terza colonna) e la presenza di eventuali versioni revisionate dei testi tradotti. I documenti riguardano l'ufficio export (flusso traduttivo gestito internamente) e l'ufficio marketing (flusso traduttivo esternalizzato).

CODICE	TIPO DI DOCUMENTO	LINGUE	PRESENZA DI REVISIONI
UFFICIO EXPORT			
Exp_TDS	Testo primario: scheda tecnica e relativa traduzione	IT-DE	-
Exp_gl1	Testo di riferimento: glossario interno sui principali prodotti venduti dall'impresa	IT-EN-FR	-
Exp_gl2	Testo di riferimento: glossario interno sui difetti di verniciatura	IT-EN-DE-ES	-
Exp_fr3	Testo di riferimento: frasario multilingue interno	EN-DE-FR	-
Exp_Msg1	Testo secondario: messaggio di un tecnico con informazioni relative a uno dei prodotti dell'azienda	IT	-
Exp_Msg2	Testo secondario: messaggio di una traduttrice interna con richiesta di chiarimenti rivolta a un tecnico tedesco	DE	-
UFFICIO MARKETING			
Mkt_art1	Testi primari: articolo per sito web e relative traduzioni	IT-EN-DE	Revisione di EN
Mkt_art2	Testi primari: articolo per sito web e relativa traduzione	IT-EN	Revisione di EN
Mkt_nws1	Testi primari: newsletter e relative traduzioni	IT-EN-DE	Revisione di EN
Mkt_nws2	Testi primari: newsletter e relative traduzioni	IT-EN-DE	Revisione di EN
Mkt_etich1	Testi primari: etichetta con nome prodotto e relativa traduzione	IT-DE	Revisione di DE
Mkt_etich2	Testi primari: etichetta con nome prodotto e relativa traduzione	IT-DE	Revisione di DE
Mkt_etich3	Testi primari: etichetta con nome prodotto e relativa traduzione	IT-DE	Revisione di DE
Mkt_gl1	Testo di riferimento: glossario fornito dall'agenzia di traduzione all'azienda	IT-EN	-

⁶² I codici riportano nella parte iniziale la sigla "Exp" o "Mkt", a seconda del dipartimento interessato e, a seguire, un identificativo della tipologia testuale. Più nello specifico "TDS" fa riferimento alle schede tecniche, "gl" ai glossari, "fr" ai frasari, "Msg" alla messaggistica, "art" agli articoli, "nws" alle newsletter aziendali, "etich" alle etichette, "TOV" al *Tone of Voice* aziendale e "SP" ad un modulo da compilare con le specifiche tecniche degli incarichi traduttivi.

Mkt_g12	Testo di riferimento: glossario interno dell'ufficio marketing	IT-EN-DE-ES-FR-RO	EN
Mkt_g13	Testo di riferimento: glossario dell'agenzia di traduzione con una cronologia dei termini approvati dall'azienda nel corso degli anni	IT-EN-DE-ES-FR-NL-PT-PL	-
Mkt_TOV	Testo secondario: <i>Tone of Voice</i> fornito dall'azienda come parte di un incarico traduttivo	IT	-
Mkt_SP	Testo secondario: documento fornito dall'agenzia di traduzione da compilare con le specifiche relative a ciascun incarico di traduzione	IT	-
Mkt_Msg1	Testo secondario: e-mail con informazioni sul testo tradotto in inglese da parte dell'agenzia di traduzione	IT	-
Mkt_Msg2	Testo secondario: e-mail con informazioni sul testo tradotto in tedesco da parte dell'agenzia di traduzione	IT	-
Mkt_Msg3	Testo secondario: scambio di e-mail tra diversi dipendenti relativamente al termine <i>impregnante</i>	IT	-

Tabella 5 - Documenti analizzati

I testi verranno descritti più in dettaglio nel capitolo 4, dove i dati relativi all'osservazione partecipante vengono accompagnati da alcuni estratti testuali.

2.4.2.2 Interviste presso l'impresa

Le interviste sono state svolte successivamente al periodo di osservazione partecipante con lo scopo di integrare i dati già raccolti e di chiarire eventuali dubbi sorti al termine dell'analisi dei dati dell'osservazione partecipante. Sono state svolte tre interviste semistrutturate con due dipendenti dell'ufficio export e un dipendente dell'ufficio marketing. La traccia seguita è simile a quella proposta nel paragrafo 2.3.2.1 ma era incentrata in particolar modo sulla terza area tematica: il processo traduttivo. Le domande non vertevano solo sulle fasi del processo traduttivo in generale ma anche sul tipo di cooperazione attuata tra i soggetti coinvolti, sul ruolo degli strumenti impiegati e sul grado di soddisfazione individuale.

I soggetti coinvolti hanno autorizzato la registrazione delle interviste. Queste sono state poi trascritte e analizzate. L'analisi delle interviste e delle note sul campo è avvenuta tramite *Template Analysis*, un metodo proposto da King (2012) e applicato in altri studi di stampo etnografico in ambito traduttivo (p.es. Christensen e Schjoldager 2019; Pedersen 2016). Il metodo viene descritto nel paragrafo seguente.

2.4.2.3 Osservazione partecipante

La terza fonte di dati è l'osservazione partecipante, un metodo che ben si presta a studi di natura descrittiva ed esplorativa (Jorgensen 1989:23), che consente di avere accesso alla conoscenza

implicita dei soggetti (Risku 2016:113) e che, pur richiedendo molto tempo, consente un “unrestricted access to what people do as opposed to what they say they do, or what we infer they do from analyzing the products of their work” (Saldanha e O’Brien 2014:221). Come anticipato nel paragrafo 1.2.1.4, questo metodo ha preso piede negli studi traduttivi orientati al contesto negli ultimi anni e consente di superare alcuni dei limiti di altri metodi impiegati nell’analisi del processo traduttivo. Ad esempio, il *keystroke logging* e l’*eye-tracking* vengono impiegati in studi di natura più sperimentale, mentre nel nostro caso si vuole produrre uno studio dalla massima validità ecologica, incentrato sul processo traduttivo esterno e orientato al contesto. La scelta è ricaduta pertanto sull’osservazione partecipante, una tecnica di ricerca empirica che rientra tra i metodi etnografici e, nel nostro caso, nell’etnografia organizzativa. Quest’ultima si dedica allo studio delle esperienze quotidiane dei soggetti che lavorano all’interno delle organizzazioni. Tali esperienze sono contraddistinte da intricate relazioni interpersonali che possono essere ricostruite solo scendendo sul campo, seguendo manager, partecipando a riunioni e lavorando in prima persona con i soggetti della comunità studiata (cfr. Ybema et al. 2009:1).

Jorgensen (1989:45) distingue tra osservazione *overt* e osservazione *covert*. Nel primo caso, il ricercatore richiede apertamente l’autorizzazione a svolgere le proprie osservazioni, mentre nel secondo caso la sua identità è celata. Nel presente studio l’osservazione si configura come *overt*, poiché svolta previa autorizzazione e in collaborazione con l’impresa partner. I dipendenti erano dunque a conoscenza del lavoro che stavo svolgendo. Questo aspetto può limitare la validità ecologica dello studio poiché i partecipanti percepiscono la presenza di un osservatore esterno. Tuttavia, la durata prolungata del soggiorno mi ha consentito di divenire parte delle routine quotidiane dei soggetti osservati e di venire percepita meno come una figura esterna (cfr. O’Reilly 2011:16). Gold (1958) identifica quattro tipi di osservatore: *complete observer*, *observer as participant*, *participant as observer*, *complete participant*. A ciascuno di essi corrisponde un grado crescente di coinvolgimento nelle attività della comunità osservata. Per il presente progetto si è optato per una osservazione con diversi gradi di partecipazione. In generale, rispetto alla sola osservazione diretta, l’osservazione partecipante ha come vantaggio quello di arginare il rischio di osservazioni inaccurate poiché il ricercatore, coinvolto attivamente, ha accesso a ciò che le persone pensano, fanno e provano da diverse prospettive (Jorgensen 1989:56). Come in altri studi simili al mio (p.es. Pedersen 2016:136), il mio ruolo ha oscillato tra un’osservazione più passiva (*observer as participant*) e un’osservazione più attiva (*participant as observer*). Non ho mai rivestito il ruolo di *complete participant* poiché non mi occupavo in prima persona delle traduzioni e della gestione degli incarichi traduttivi. Tuttavia, sono intervenuta talvolta più attivamente con proposte traduttive o facendo osservazioni durante le riunioni organizzate con l’agenzia di traduzione.

Per quanto riguarda lo svolgimento dell'osservazione partecipante, il progetto si è articolato nelle seguenti fasi:

1. Pianificazione e ingresso sul campo.

Il periodo di collaborazione è stato concordato tra la tutor di dottorato, la sottoscritta e la tutor aziendale. Nell'ambito dei progetti di Dottorato Innovativo promossi dalla Regione Marche, il tutor aziendale funge da referente e supervisore del progetto in azienda. Con la tutor aziendale sono state discusse le finalità del progetto e ne sono state concordate le modalità di svolgimento. L'osservazione si è svolta tra marzo 2020 e febbraio 2021 e prevedeva una presenza in azienda di 8 ore settimanali per un massimo di 8 mesi. Va tuttavia sottolineato che la prima fase di osservazione è stata interrotta ad aprile e ripresa a ottobre per via della crisi pandemica. Tuttavia, già nelle settimane iniziali di osservazione è stato possibile osservare l'operato di due reparti: l'ufficio export e l'ufficio marketing.⁶³

2. Periodo di osservazione partecipante.

Come spiega Corbetta (2015:30–36), il ricercatore può osservare diversi aspetti della comunità studiata: il contesto fisico e sociale, le interazioni formali e informali, nonché le interpretazioni fornite dai soggetti.⁶⁴ Di norma, sono le domande di ricerca a orientare le fasi iniziali dell'osservazione. Tuttavia, non è possibile stabilire sin dall'inizio ogni aspetto su cui focalizzare l'attenzione (cfr. Merriam 1998:97). È infatti importante che il ricercatore rimanga aperto a quanti più dati possibile e che metta in conto che le sue idee iniziali potrebbero rivelarsi errate (Jorgensen 1989:30). Nel presente progetto particolarmente rilevanti sono stati i concetti provenienti dalla teoria in materia di processo traduttivo e dagli studi sulla gestione linguistica aziendale. Al contempo, si è cercato di rimanere aperti a risultati inattesi e di documentarli durante l'osservazione.

Sul campo è stato possibile interagire con i soggetti in diverse modalità. Lo *shadowing* consiste ad esempio nel seguire e osservare da vicino i soggetti studiati, prendendo appunti relativi alle loro azioni e parole. È possibile interagire anche oralmente con i soggetti senza dover ricorrere a interviste formali che rischierebbero di ridurre la validità ecologica dello studio. Jorgensen (1989:87–88) sottolinea l'importanza, ad esempio, di semplici conversazioni quotidiane e di interviste informali. Questi dati, sebbene pressoché impossibili

⁶³ La situazione emergenziale non ha consentito di raggiungere tutti gli obiettivi formulati inizialmente. Ad esempio, si era pensato di far seguire all'osservazione partecipante una fase più applicativa, con il fine di implementare in azienda delle tecnologie traduttive come CAT Tools e strumenti di gestione terminologica. Questi obiettivi sono stati tuttavia messi da parte e ci si è concentrati maggiormente sull'analisi dei processi traduttivi in loco.

⁶⁴ Schensul et al. (1999) forniscono un elenco ancora più dettagliato degli aspetti potenzialmente osservabili: il numero di partecipanti, età, sesso, ambiente, posizione dei partecipanti nello spazio, attività svolte.

da trascrivere come le interviste formali registrate,⁶⁵ consentono al ricercatore di massimizzare la validità ecologica dello studio. Per tenere traccia del contenuto di conversazioni e osservazioni ci si è avvalsi della presa di appunti. Le note non sono altro che la “traduzione scritta della nostra esperienza sul campo” (Semi 2010:76)⁶⁶ e riportano, nel nostro caso, tutte le informazioni ritenute rilevanti rispetto agli obiettivi di ricerca, tra cui: ruolo dei soggetti, descrizione delle attività svolte, eventuali interazioni con altri collaboratori, strumenti usati, criticità riscontrate nel corso del processo traduttivo.

3. Analisi delle note prese sul campo.

Al termine dell’osservazione le note sono state sottoposte a una prima analisi generale. Riprendendo Semi (2010:96–99), si è iniziato con una lettura del materiale per individuare gli elementi rilevanti e ricorrenti. Successivamente, al termine delle interviste, è stato possibile raggruppare le trascrizioni delle interviste, le note sul campo e i rimandi al materiale testuale per poi procedere con una tecnica di analisi qualitativa denominata *Template Analysis* (King 2012). Come spiega King (2012:426), questa tecnica è molto versatile e può essere applicata sia alle trascrizioni di interviste che alle note dell’osservazione partecipante. La *Template Analysis* ben si presta a paradigmi di ricerca incentrati su costruttivismo e sull’interpretazione fornita dal ricercatore (King 2012:427) e risulta dunque in linea con l’approccio adottato nel presente lavoro. In linea con la *Template Analysis* descritta in King (2012:434–46), sono state seguite le seguenti fasi:

a. individuazione di temi e codifica⁶⁷ preliminare.

In questa fase una parte delle trascrizioni e delle note vengono lette e a margine viene annotata una parola chiave che ne riassume il contenuto e funge da codice.

b. Realizzazione di un template iniziale prodotto analizzando solo un primo sub-set dei dati complessivi. Si procede raggruppando i codici simili in un unico gruppo o, viceversa, creando gerarchie interne e differenziazioni tra diversi codici. Nel nostro caso, ad esempio, è stato necessario differenziare tra il flusso traduttivo interno e

⁶⁵ Non sono state svolte registrazioni audio e video. Va infatti sottolineato che in molte organizzazioni – soprattutto durante la pandemia – le interazioni avvengono in larga parte tramite messaggistica o scambi di e-mail. Questo aspetto viene sollevato da Sannholm (2021:51), che svolge un’indagine tramite osservazione partecipante in una agenzia di traduzione: “Face-to-face interaction in the translation office is unpredictable, and episodes of interaction are generally fairly short. In fact, silence reigns most of the time in the office”.

⁶⁶ La presa di appunti e la stesura di protocolli di osservazione partecipante vengono trattate da molti autori, sebbene si tratti di pratiche difficilmente standardizzabili entro ferree linee guida, dal momento che ogni campo di osservazione è a sé. Come osserva Lüders (2019:398) “vor allem gab es keine erkennbaren Antworten auf die brennende Frage, wie man denn nun am besten Protokolle erstellen soll, welche Informationen sie enthalten und welche Struktur sie aufweisen müssen“, ossia “non si sono trovate vere e proprie risposte alla questione cruciale di come redigere al meglio i protocolli, quali informazioni questi debbano contenere e quale struttura debbano avere” (traduzione dell’autrice).

⁶⁷ “Coding is the process of attaching a label (code) to a section of text to index it as relating to a theme” (King 2012:431).

quello esterno all'impresa. Il template può assumere la forma di un elenco tematico, la cui struttura gerarchica si evince dall'indentatura dei diversi livelli. Di seguito viene riprodotto il template iniziale della presente analisi:

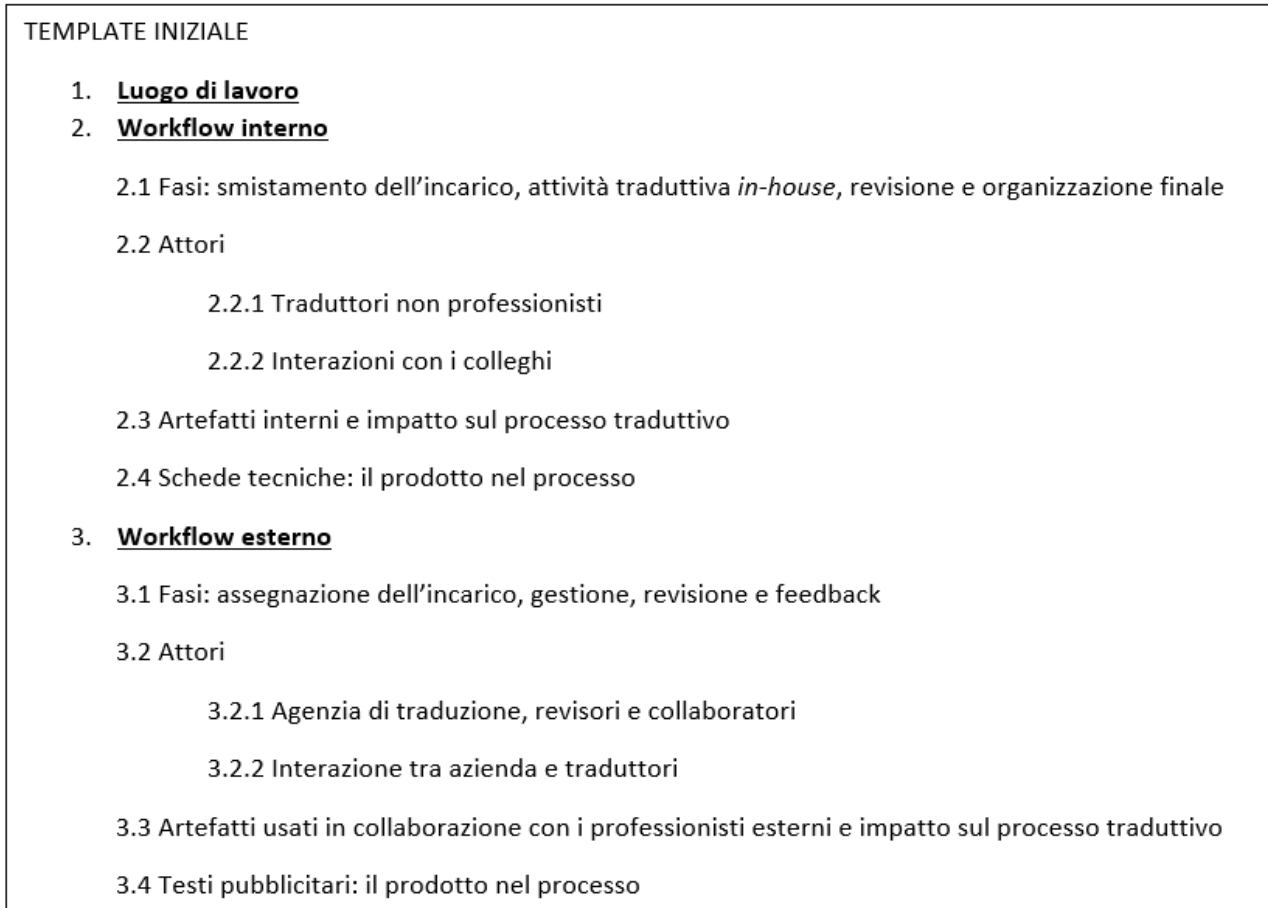


Figura 3 - Template iniziale

- c. Analisi progressiva del materiale complessivo e modifica del template iniziale. In questa fase, è possibile aggiungere nuovi temi, cancellare quelli rivelatisi poco rilevanti, raggrupparne di simili o cambiare l'ordine dei diversi temi (King 2012:439–43).
- d. Template finale e interpretazione.

Il lavoro appena descritto ha consentito la realizzazione di un template finale più dettagliato. I risultati vengono presentati nel capitolo 4.

2.4.2 Vantaggi e limiti

La ricerca tramite studio di caso comporta diversi vantaggi, tra cui la possibilità di esplorare a fondo un determinato oggetto di studio, da prospettive multiple, triangolando più fonti di dati e ricostruendo

processi, interazioni e cause difficilmente rilevabili tramite altri metodi di ricerca. Inoltre, il ricercatore si avvale spesso di tecniche di stampo etnografico che consentono di mantenere la massima validità ecologica dell'ambiente studiato. Al contempo, un limite dello studio di caso è la non generalizzabilità dei risultati ottenuti. Va sottolineato tuttavia che la generalizzabilità non rientra tra gli obiettivi primari della ricerca tramite studio di caso e che i risultati ottenuti possono comunque aiutare nella comprensione e interpretazione di casi affini. Inoltre, una ricerca di questo tipo non implica che i dati oggettivi vengano tralasciati ma che l'approccio prevalente sia di natura qualitativa. Si cerca cioè di capire "what lies behind the more objective evidence" (Gillham 2000:7) o, riprendendo le parole di Kastberg (2009:46): "Die Tatsache, dass die Studie sich hier auf einen einzelnen Fall beschränkt, bedeutet wiederum, dass der Schwerpunkt nicht auf Breite, sondern auf Tiefe liegt".⁶⁸

Nello specifico, il presente studio di caso presenta dei limiti di natura temporale e relativi alla raccolta dei dati. Per quanto riguarda i limiti temporali, va ribadito che è stato necessario interrompere inizialmente l'osservazione per via della crisi pandemica. L'osservazione è stata ripresa verso la fine del 2020 ma non è stato sempre possibile trascorrere giornate intere sul posto o osservare l'interazione tra tutti gli attori coinvolti nel processo traduttivo per via delle restrizioni imposte durante le diverse fasi della crisi pandemica. L'ambiente aziendale comporta inoltre dei limiti in termini di raccolta dati. Ad esempio, molta della documentazione consultata è disponibile solo nella rete intranet aziendale e non è possibile avere accesso a tutti i documenti, in particolare a quelli riservati o confidenziali. Si ritiene comunque che la combinazione di estratti testuali, interviste e note sul campo fornisca una panoramica sufficientemente accurata del contesto studiato.

⁶⁸ "Il fatto che lo studio sia limitato a un singolo caso significa che non si mira ad estenderne il focus ma ad approfondirlo" (traduzione dell'autrice).

3. Indagine sul territorio

Nel presente capitolo vengono presentati i risultati dell'indagine condotta sul territorio tramite questionario⁶⁹ e interviste. L'indagine mirava a una prima rilevazione delle strategie di gestione linguistica e delle pratiche traduttive delle imprese locali.

Nei paragrafi seguenti vengono descritte le imprese che hanno partecipato all'indagine in base a dimensioni, settori di attività, paesi di import, paesi di export e presenza di sedi estere (cfr. 3.1). Successivamente vengono presentate le principali strategie di gestione linguistica adottate dalle imprese in termini di lingue utilizzate per la comunicazione interna ed esterna e di formazione linguistica del personale (cfr. 3.2). Particolare attenzione viene poi dedicata alla gestione del workflow traduttivo (cfr. 3.3) e, in particolare, a “cosa” viene tradotto (cfr. 3.3.1), a “chi” lo traduce (cfr. 3.3.2) e a “come” viene gestito il workflow (cfr. 3.3.3). In ultima analisi, vengono presentati i principali problemi riscontrati dalle imprese nella comunicazione multilingue (cfr. 3.4). Come anticipato al paragrafo 2.2, i risultati dell'indagine quantitativa vengono approfonditi per mezzo di estratti delle interviste svolte con le 15 imprese locali.

3.1 Le imprese partecipanti

Nella domanda 2⁷⁰ veniva chiesto ai rispondenti di indicare il proprio ruolo all'interno dell'impresa. Nel grafico seguente i ruoli riportati nel campo a compilazione libera sono stati accorpate in cinque macrocategorie: l'amministrazione, il commercio estero, il marketing, la direzione e la categoria “altro”. In quest'ultima sono stati inseriti i soggetti provenienti da altri comparti aziendali (p.es. i responsabili delle risorse umane) quando il numero di rispondenti era inferiore a due e pertanto poco significativo all'interno del campione complessivo.

⁶⁹ Per consultare il questionario si rimanda all'Allegato. Per la traccia delle interviste semistrutturate si rimanda invece al paragrafo 2.3.2.1.

⁷⁰ La domanda n. 1 consisteva in una richiesta di autorizzazione al trattamento dati a cui il rispondente doveva rispondere “accetto” per poter procedere alla compilazione (cfr. Allegato).

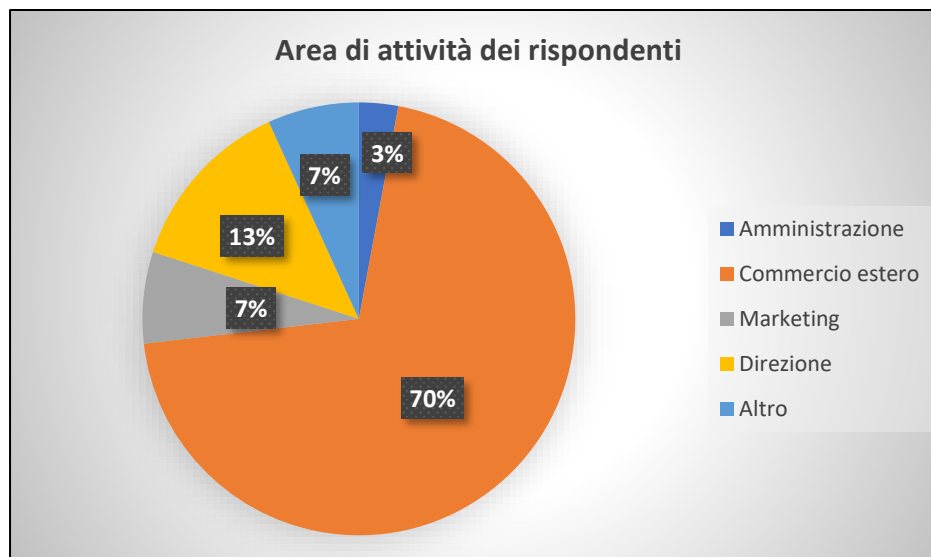


Figura 4 - Area di attività dei rispondenti

Alla luce dei criteri di selezione riportati al paragrafo 2.3.1.1, non sorprende che la maggior parte dei rispondenti svolga mansioni legate al commercio estero. Seguono con maggior distacco i soggetti provenienti dalla direzione, dal marketing e dall'amministrazione.

Nella domanda 3 veniva chiesto di selezionare il numero indicativo di dipendenti dell'impresa. Di seguito viene mostrata la percentuale di imprese suddivise per numero di dipendenti:

- 3. Numero di dipendenti dell'azienda:**
- 0-10 dipendenti
 - 11-50 dipendenti
 - 51-100 dipendenti
 - 101-250 dipendenti
 - oltre 250 dipendenti

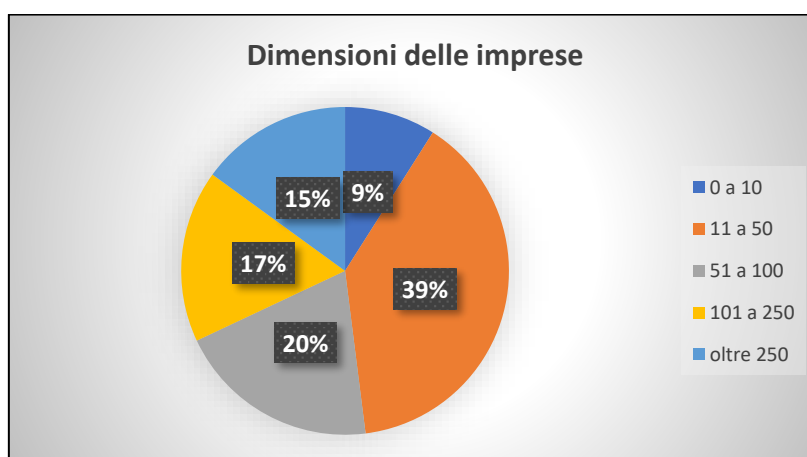


Figura 5 - Dimensioni delle imprese

Solo il 9% delle imprese sono microimprese con meno di 10 dipendenti. La maggioranza delle imprese conta 11-50 dipendenti (39%), seguite dalle imprese con 51-100 dipendenti (20%). Il 17% delle imprese conta tra i 101 e 250 dipendenti e il 15% sono grandi imprese con oltre 250 dipendenti. Suddividendo il campione in grandi imprese e PMI,⁷¹ si nota che le prime rappresentano il 15% delle imprese rispondenti, mentre le seconde costituiscono l'85% del totale. Questa suddivisione non rispecchia del tutto il panorama delle imprese marchigiane, costituita per il 94% da microimprese.⁷² Va tuttavia ribadito che, per le finalità del presente progetto, si è cercato di coinvolgere principalmente le imprese più attive a livello internazionale. Non sono dunque state incluse le imprese individuali (pari al 60% delle imprese marchigiane) poiché poco interessate da scambi significativi con l'estero. Trovano invece maggiore spazio le grandi imprese (pari al 15% delle imprese partecipanti e allo 0,1% della totalità delle imprese locali) perché caratterizzate da maggiori flussi traduttivi.

Nella domanda n. 4 veniva richiesto di selezionare il settore di afferenza dell'impresa a partire da un elenco:⁷³

⁷¹ La raccomandazione 1442/2003 della Commissione europea specifica che: “La categoria delle microimprese delle piccole imprese e delle medie imprese (PMI) è costituita da imprese che occupano meno di 250 persone, il cui fatturato annuo non supera i 50 milioni di EUR oppure il cui totale di bilancio annuo non supera i 43 milioni di EUR” (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=celex%3A32003H0361>, ultima consultazione 28/01/2023). Nella presente indagine viene considerato unicamente il numero di occupati e non il criterio finanziario, meno rilevante per le finalità di ricerca e più difficile da estrapolare.

⁷² Come si evince dalle statistiche messe a disposizione online dalla Regione Marche: https://statistica.regione.marche.it/Portals/0/Settori/attivita_produttive_e_ict/7b2a4457-Report%20Imprese%20sis%202021.pdf (ultima consultazione 28/11/2022).

⁷³ I settori indicati nelle opzioni di risposte erano ripresi dalla Classifica delle principali imprese marchigiane del 2019 (Iacobucci 2020).

4. Selezionare il settore di attività dell'azienda:

- Agenzie e servizi
- Agricoltura
- Alimentare
- Apparecchi elettrici ed elettronici
- Assistenza sanitaria
- Carta, stampa ed editoria
- Chimica e farmaceutica
- Commercio
- Costruzioni
- Gomma e plastica
- Informatica
- Legno, mobili e arredamento
- Macchine
- Mezzi di trasporto
- Minerali non metalliferi
- Pelli, cuoio e calzature
- Prodotti in metallo
- Tessile e abbigliamento
- Trasporti
- Altro: _____



Figura 6 - Settori di attività delle imprese

Come si evince dal grafico, il campione di imprese coinvolte copre numerosi settori produttivi. Spicca l'ambito manifatturiero, in particolare la vendita di prodotti in legno, mobili e arredamento e di apparecchi elettronici. Segue l'ambito commerciale che, insieme al manifatturiero, rappresentano due aree chiave del tessuto produttivo marchigiano. Sottorappresentato è il settore dell'agricoltura nel

quale, secondo le statistiche della Regione Marche per l'anno 2021, erano attive il 23,3% delle imprese marchigiane.

Nelle domande 5 e 6 veniva richiesto ai rispondenti di indicare rispettivamente i principali tre mercati di import e di export.

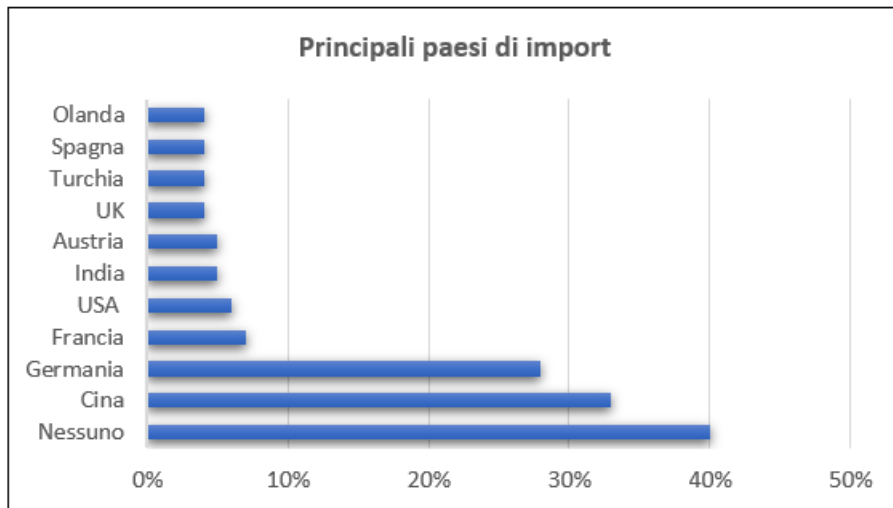


Figura 7 - Principali paesi di import

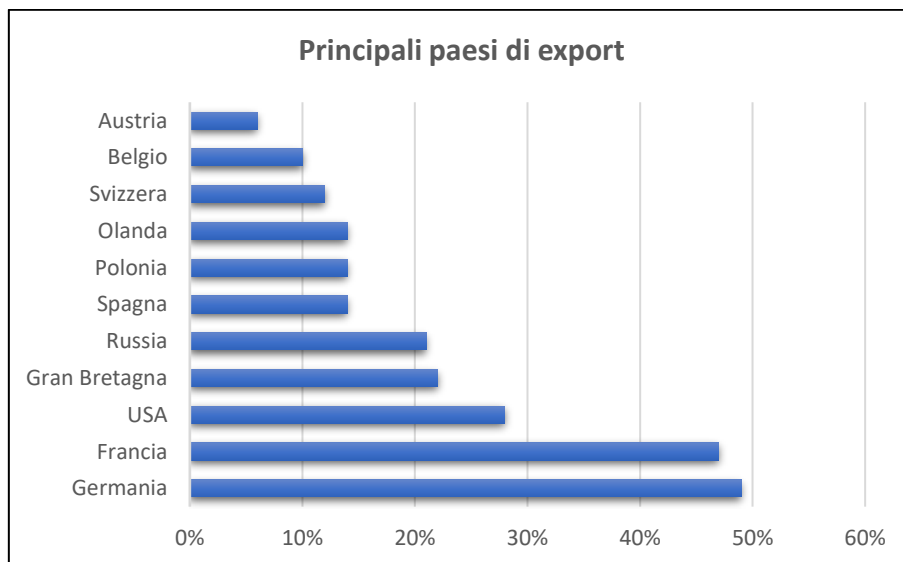


Figura 8 - Principali paesi di export

Relativamente all'import, il 40% delle imprese dichiara di non importare prodotti dall'estero e sembra dunque avvalersi delle materie prime e dei prodotti locali o nazionali. Tra i principali paesi di importazione figurano Cina e Germania. I principali mercati di esportazione sono da identificare in Germania (49% dei rispondenti), Francia (47%), Stati Uniti (28%), Regno Unito (22%) e Russia

(21%). Questa tendenza rispecchia in parte i dati pubblicati dalla Regione Marche⁷⁴ relativamente ai paesi di export per il primo trimestre del 2022. In questo periodo, i primi quattro paesi di esportazione delle merci marchigiane sono stati infatti Germania, Regno Unito, Francia e Stati Uniti. La Russia figura invece al tredicesimo posto. Va tuttavia sottolineato che il mercato russo rappresentava per le imprese marchigiane un target importante nell'anno di somministrazione del questionario e si posizionava all'ottavo posto nel report annuale sul commercio estero della Regione Marche relativo al 2020.⁷⁵ La diminuzione delle esportazioni verso la Russia potrebbe essere dovuta all'escalation della crisi russo-ucraina a partire da febbraio 2022 e alle sanzioni economiche.

Dalle interviste si evince che i rapporti con i mercati esteri vengono gestiti in diversi modi dalle imprese marchigiane. Alcune imprese possono contare su un reparto intero dedicato all'export verso uno o più paesi di destinazione (INT_2,⁷⁶ INT_4, INT_5, INT_7, INT_9, INT_10). Nelle imprese più piccole e meno strutturate è presente un singolo commerciale estero (INT_3, INT_6) oppure i rapporti con l'estero vengono gestiti da altri reparti, ad esempio dalla direzione (INT_1).

Un ultimo dato relativo al profilo delle imprese coinvolte riguarda la presenza di sedi estere (domanda 7). Le imprese con sedi estere rappresentano il 32% delle imprese totali (66 risposte affermative) e sono per quasi un terzo grandi imprese (23 delle 66 imprese con sedi estere).

3.2 Strategie generali di gestione linguistica

Per inquadrare più chiaramente il contesto in cui si svolge il processo traduttivo, è utile fare un passo indietro e chiedersi come le imprese gestiscano la comunicazione multilingue quotidiana. Questo tema viene trattato nella seconda sezione del questionario (domande 8-12). Gli indicatori presi in esame sono le lingue scelte per la comunicazione interna tra casa madre e sedi estere (domanda 8) o esterna con i clienti stranieri (domanda 9), l'utilità percepita delle competenze linguistiche per lo svolgimento delle attività aziendali (domanda 10) e l'offerta di corsi finalizzati a incentivare le competenze linguistiche del personale (domande 11 e 12).

La domanda 8 del questionario, rivolta come domanda condizionata alle 66 imprese che avevano dichiarato di avere sedi estere, chiedeva di indicare in quale lingua la casa madre comunica con le suddette sedi.

⁷⁴ https://statistica.regione.marche.it/Portals/0/Settori/commercio_estero/285c1a2a-Export_I%20Trimestre%202022.pdf (ultima consultazione 28/11/2022).

⁷⁵ https://statistica.regione.marche.it/Portals/0/Settori/commercio_estero/543528a4-20b4-4ffb-86c1-b2c7e53fc597.pdf (ultima consultazione 28/11/2022).

⁷⁶ Per una spiegazione più dettagliata dei codici identificativi degli intervistati si rimanda al paragrafo 2.3.2.2.

8. In che lingua vengono condivise le informazioni tra la casa madre e le sedi estere? Più opzioni possibili.

- Italiano
- Inglese
- Se nota al personale della casa madre, nella lingua del paese straniero in cui si trova la sede
- Abbiamo del personale italiano all'estero che fa da mediatore
- Altro: _____

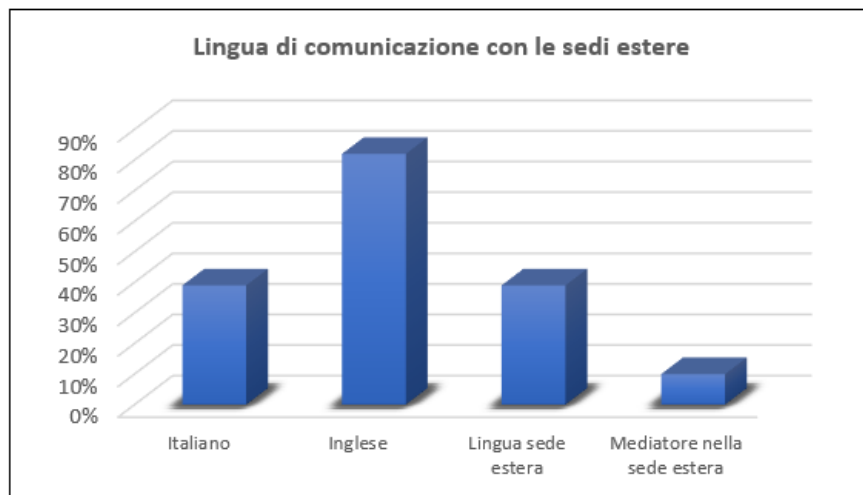


Figura 9 – Lingua di comunicazione con le sedi estere

La maggior parte delle imprese ha selezionato più di una modalità comunicativa. L'inglese risulta essere la lingua prevalentemente utilizzata per la comunicazione con le sedi estere, seguita dall'italiano – che presuppone la presenza di personale espatriato o di personale estero con conoscenze sufficienti della lingua italiana – a pari merito con la lingua della sede estera.

La domanda 9 verteva invece sulle lingue impiegate nella comunicazione con l'estero. La lingua più diffusa è senza dubbio il francese (74%), seguita dallo spagnolo (60%), dal tedesco (50%) e dal russo (20%). Queste lingue rispecchiano in parte i principali mercati di export delle imprese coinvolte (cfr. Fig. 8). Meno diffusi sono il cinese (7%) e l'arabo (6%). Il 10% delle imprese ha dichiarato invece di impiegare unicamente l'inglese. Il grafico seguente mostra la suddivisione delle lingue impiegate tra PMI e grandi imprese.

9. Oltre all'inglese, quali lingue straniere sono maggiormente impiegate nella sua azienda per la comunicazione con l'estero (corrispondenza scritta, telefonate, visite, riunioni)? Più opzioni possibili.

- Tedesco
- Francese
- Spagnolo
- Russo
- Cinese
- Arabo
- Nessuna lingua straniera diversa dall'inglese
- Altro: _____

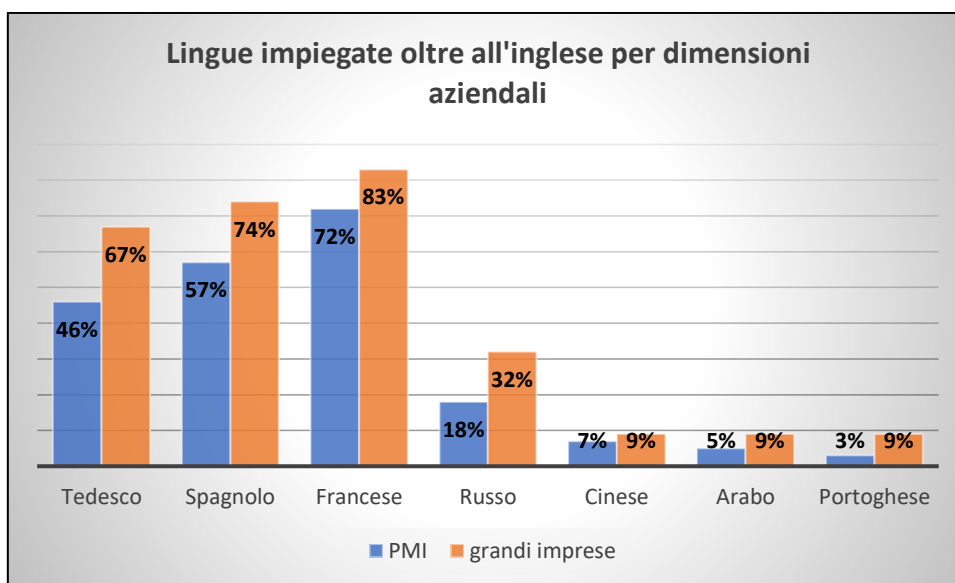


Figura 10 - Lingue impiegate oltre all'inglese per dimensioni aziendali

Dal grafico si evince che le grandi imprese hanno una tendenza maggiore a utilizzare una o più lingue straniere rispetto all'inglese in quanto, in tutte le lingue considerate (tedesco, spagnolo, francese, russo, cinese, arabo, portoghese), la percentuale di utilizzo relativa alle grandi imprese supera sempre la percentuale relativa alle PMI. Focalizzando l'attenzione sulle 21 imprese (10% dei rispondenti) che hanno dichiarato di utilizzare unicamente l'inglese nella comunicazione con l'estero, si nota che 18 di queste sono piccole e medie imprese. Inoltre, comparando il numero di lingue straniere (ad eccezione dell'inglese) utilizzate dalle PMI con quello relativo alle grandi imprese, si ricava il seguente grafico:

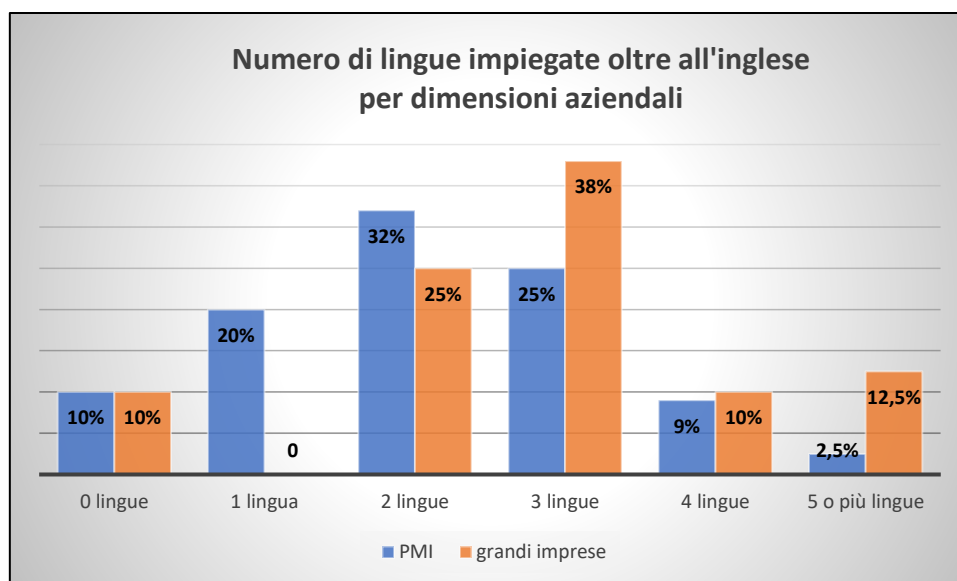


Figura 11 - Numero di lingue impiegate oltre all'inglese per dimensioni aziendali

Il centro della distribuzione per le PMI è spostato verso sinistra, quindi più vicino allo zero rispetto al centro della distribuzione relativo alle grandi imprese. Ciò conferma che le grandi imprese utilizzano in media un numero di lingue straniere maggiore rispetto alle PMI.

Questa distinzione non è ovviamente netta, né può essere applicata a tutte le situazioni comunicative. Ad ogni modo, se l'impresa adotta una strategia di comunicazione multilingue, le lingue utilizzate sono spesso quelle delle filiali e/o dei principali mercati di destinazione: “Con le nostre filiali principali (Francia, Germania, Spagna, Inghilterra) si parla nella loro lingua” (INT_2). Al contempo, la scelta di adottare una strategia di comunicazione multilingue può subire delle limitazioni in presenza di un numero particolarmente elevato di paesi target e in mancanza di competenze linguistiche interne nelle lingue necessarie: “Abbiamo circa 30 partner nel mondo e usiamo principalmente l'inglese, il francese e lo spagnolo. Con 8 partner nel mondo arabo, la comunicazione avviene sempre in inglese. Usiamo il francese poi per il Nord Africa e Francia.”⁷⁷ (INT_5), “Facciamo Spagna, Portogallo, Grecia, Cipro, Malta, Austria, Germania, qualcosa in Inghilterra e poi tanto in Nordafrica, in Algeria, Tunisia, Marocco, tutti quei posti là. La lingua principale che usiamo è l'inglese. Inglese e spagnolo sono le lingue più usate” (INT_10).

Nella domanda 10 veniva chiesto “Quanto ritiene sia utile la conoscenza di una o più lingue straniere per lo svolgimento delle attività aziendali?”. È stata utilizzata volutamente la parola ‘utilità’ per concentrare l'attenzione sul lato strumentale delle lingue straniere, limitando i giudizi soggettivi dei singoli rispondenti. In particolare, è stato chiesto di fornire un giudizio su una scala da 1 (per niente utile) a 5 (molto utile).

⁷⁷ Tutte le citazioni sono riportate nella loro versione originale.

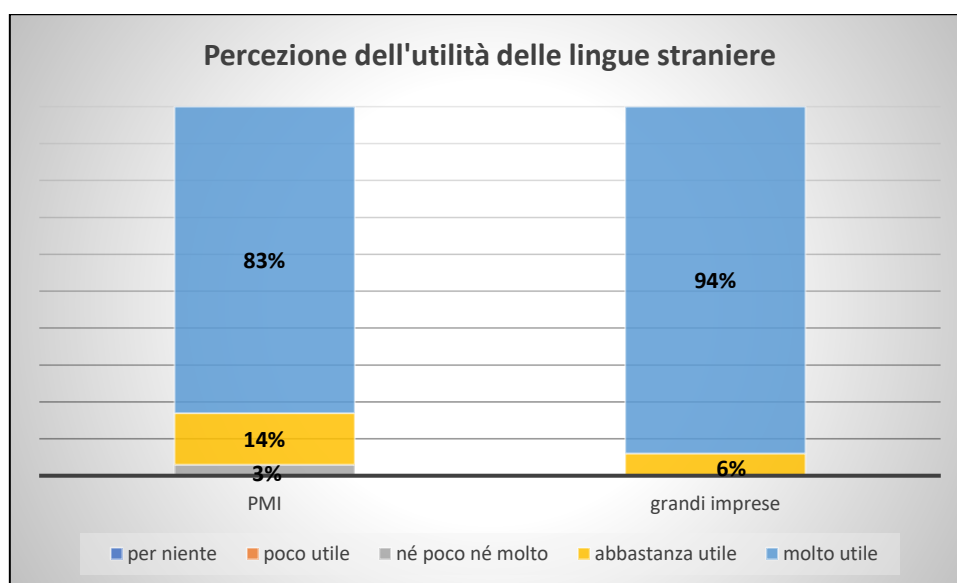


Figura 12 - Percezione dell'utilità delle lingue straniere

L'utilità delle lingue straniere è particolarmente sentita in entrambi i gruppi, con intensità leggermente maggiore nelle grandi imprese. In queste ultime i rispondenti hanno attribuito un valore pari a 5 (94% dei rispondenti) o a 4 (6% dei rispondenti). Anche tra le PMI le lingue straniere vengono percepite come “molto utili”, sebbene in percentuale leggermente inferiore (83% dei rispondenti).

Forse è proprio questa consapevolezza che spinge molte imprese a investire nella formazione linguistica, come si evince dalle domande 11 e 12 relative ai corsi di lingua per il personale. Alla domanda 11 (“Vengono offerti corsi di lingua per la formazione del personale?”) ha risposto affermativamente il 45% delle imprese. Questa tendenza è più evidente se si considerano le imprese di dimensioni maggiori: il 71% delle grandi imprese offre corsi ai propri dipendenti (22 risposte su 31), mentre tra le PMI la percentuale di quelle che investono nella formazione linguistica del personale scende al 41% (72 risposte su 174).

Nella domanda 12 si chiedeva chi fossero i destinatari dei corsi. Il grafico seguente mostra le risposte raccolte:

12. A quali posizioni sono rivolti i corsi? Più opzioni possibili.

- Dirigenti
- Impiegati del reparto marketing
- Impiegati del reparto commerciale
- Impiegati del reparto risorse umane
- Impiegati del reparto amministrativo
- I corsi sono rivolti a tutto il personale
- Altro: _____

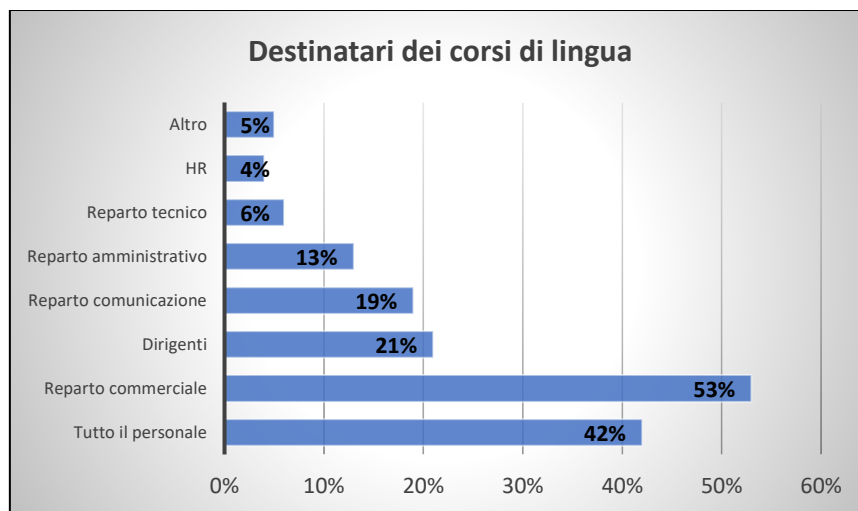


Figura 13 - Destinatari dei corsi di lingua

Il fatto che il 46% delle imprese offra corsi di lingua e, di queste, il 42% coinvolga tutto il personale riflette un dato positivo: dalle imprese viene percepita l'importanza di conoscere le lingue straniere al punto da investire nelle competenze linguistiche del personale. In fase di intervista si è cercato di chiarire due aspetti. In primo luogo, è stato chiesto se la formazione linguistica fosse destinata anche alla formazione dei traduttori interni, laddove presenti. In secondo luogo, si è cercato di rilevare l'utilità dei corsi percepita dai rispondenti. Rispetto al primo punto, è emerso che non viene offerta alcuna formazione specifica in ambito traduttivo. Per quanto riguarda l'utilità dei corsi, sono stati individuati tre diversi punti di vista.

Un primo gruppo di rispondenti ha una visione positiva della formazione linguistica. Ad esempio, INT_4 è un commerciale estero che racconta come i dipendenti dell'ufficio amministrativo della sua impresa si siano avvalsi di un corso di tedesco che li ha resi più autonomi nella comunicazione in lingua. Il corso ha avuto un impatto positivo sull'ufficio amministrativo ma anche sul carico di lavoro dell'intervistato che in passato era chiamato a tradurre frequentemente la documentazione per l'ufficio amministrativo. Altri intervistati hanno intenzione di richiedere in futuro corsi alla direzione, spiegando che "i corsi vanno fatti, anche solo come aggiornamento o per

non perdere il livello o addirittura per arrivare a un *Business English*" (INT_5), "stiamo finalizzando un accordo per dei corsi di lingua, perché c'è la necessità di far crescere alcune figure" (INT_12). Un secondo gruppo di rispondenti ha una visione positiva dei corsi di lingua ma ritiene più utile puntare su altre misure, come l'assunzione di personale già formato linguisticamente. Ad esempio, INT_1 sostiene: "piuttosto se domani dovessimo cercare un nuovo dipendente lo cercheremmo già con l'utilizzo dell'inglese" (INT_1). Un terzo gruppo di rispondenti ha una visione più negativa e ritiene che i corsi di lingua tenutisi in passato siano stati poco utili, poiché privi di una vera e propria pianificazione didattica o per mancanza di buona volontà da parte del personale: "il corso è stato quasi un modo per dire "io a quel livello non ci arrivo, me ne lavo le mani, non so dire niente e quindi dimentico tutto". Oppure è stata la prova concreta che "il francese non fa per me"." (INT_4).

3.3 Il workflow traduttivo

Nei paragrafi seguenti vengono presentate le domande e le risposte relative alla terza sezione del questionario (domande 13-18) con la quale si intendeva analizzare le pratiche di gestione del workflow traduttivo delle imprese locali. In un primo momento verrà descritto "cosa" viene tradotto nelle imprese (cfr. 3.3.1), successivamente "chi" traduce (cfr. 3.3.2) e infine "come" viene gestito il workflow traduttivo (cfr. 3.3.3).

3.3.1 Cosa si traduce

Nella domanda 13 veniva chiesto alle imprese di indicare quali testi vengono tradotti presso di loro.

<p>13. Per quali testi avete bisogno di una traduzione? Più opzioni possibili.</p> <p><input type="checkbox"/> Documentazione commerciale (listini, brochure, cataloghi etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Materiale pubblicitario (sito web, newsletter etc.)</p> <p><input type="checkbox"/> Documentazione tecnica (schede tecniche, istruzioni per l'uso di macchine e apparecchiature)</p> <p><input type="checkbox"/> Contrattualistica</p> <p><input type="checkbox"/> Corrispondenza commerciale</p> <p><input type="checkbox"/> Bilancio annuale</p> <p><input type="checkbox"/> Modulistica relativa al personale</p> <p><input type="checkbox"/> Altro: _____</p>
--

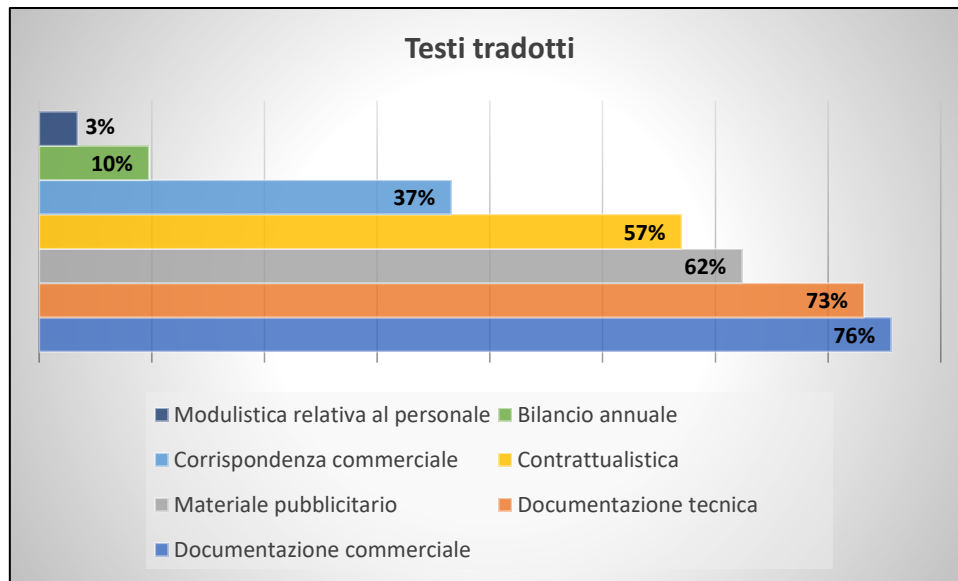


Figura 14 - Testi tradotti

Tra le tipologie testuali maggiormente tradotte si individuano in ordine decrescente le seguenti:

1. documentazione commerciale (listini, brochure, cataloghi),
2. documentazione tecnica (schede tecniche, istruzioni per l'uso di macchine e apparecchiature),
3. materiale pubblicitario (sito web, newsletter),
4. contrattualistica,
5. corrispondenza commerciale,
6. bilancio annuale,
7. modulistica relativa al personale.

La produzione e traduzione di documenti prevalentemente commerciali e tecnici emerge anche dalle interviste, in particolare vengono tradotti cataloghi di prodotti (INT_1, INT_3, INT_5, INT_8, INT_9, INT_11, INT_13), offerte commerciali (INT_1, INT_3, INT_4, INT_14) e contratti (INT_4, INT_5, INT_8, INT_9, INT_10, INT_12, INT_15). Per quanto riguarda il materiale pubblicitario si notano due tendenze diametralmente opposte. Un primo gruppo di imprese, in particolare alcune grandi imprese (INT_7, INT_13), puntano sulla pubblicazione e traduzione di contenuti pubblicitari destinati al web. INT_7, ad esempio, è stato appositamente incaricato di “sistemare le traduzioni del sito, di sviluppare i social, la pagina LinkedIn” (INT_7). Nell’impresa di INT_13, il personale attua anche una localizzazione dei contenuti destinati al sito web, poiché “alcuni contenuti possono essere più pertinenti in un’area geografica o in un’altra” (INT_13). Un secondo gruppo punta meno sull’utilizzo di web e *social* e più sulla comunicazione diretta con i propri clienti: “nel nostro settore l'utilizzo del web, l'utilizzo del social non è centrale. Noi andiamo diretti dal cliente [...]. È molto più importante

la parola” (INT_9). Questa scelta riguarda anche una grande impresa che produce alcuni contenuti *social* in lingua inglese ma, in linea di massima, preferisce il contatto diretto:

Sui social abbiamo del personale interno che è molto bravo in inglese quindi questo canale è gestito internamente. Altri tipi di pubblicità nelle lingue straniere non li facciamo [...]. Non vogliamo andare nel dettaglio di ciò che facciamo, preferiamo che ci chiama il cliente e ci chiede cosa facciamo. Poi noi spieghiamo, li facciamo venire di persona. (INT_14)

Alcuni intervistati vedono con occhio critico questo approccio tradizionale: “il contatto diretto col cliente è impagabile. Però [...] se tu non lo colpisci con il marketing, il tuo cliente va da chi lo colpisce [...] col marketing. Perché non ti conosce” (INT_10), “abbiamo sì una pagina social però non è che sia chissà quanto usata. Qui non hanno mai puntato su quella parte lì, che invece è sbagliato” (INT_10).

3.3.2 Chi traduce

La domanda 14 riguardava le figure a cui le imprese affidano le traduzioni dei propri testi.

14. A chi sono affidate le traduzioni dei testi?				
	Spesso	A volte	Mai	Assente in azienda
Commerciale estero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reparto comunicazione/marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale bilingue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale interno con conoscenze linguistiche scolastiche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Traduttore professionista interno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agenzia di traduzione esterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Traduttore professionista esterno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Traduttori automatici online (es. <i>Google Translate</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

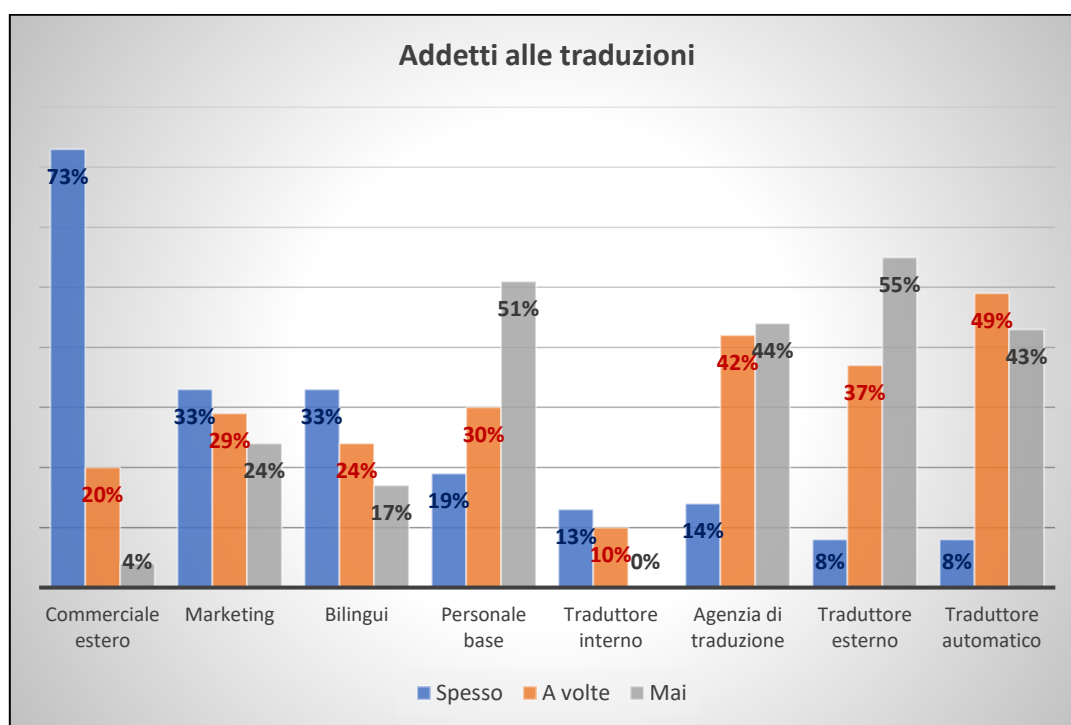


Figura 15 - Addetti alle traduzioni

Dal grafico si evince un coinvolgimento significativo del personale interno e, in particolare, dei commerciali esteri. Solo il 4% delle imprese (8 rispondenti) dichiara di non avvalersi “mai” dei propri commerciali esteri per la traduzione della documentazione. Il 73% dei rispondenti ricorre “spesso” e il 20% “a volte” ai commerciali esteri. Anche il reparto marketing viene coinvolto “spesso” per il 33% dei rispondenti e “a volte” per il 29%. Il 24% delle imprese – ossia 48 rispondenti – non si affida “mai” al reparto marketing ma sembra comunque ricorrere a personale interno. Infatti, concentrando l’attenzione su questi 48 rispondenti, 36 hanno dichiarato di rivolgersi “spesso” ai propri commerciali esteri. Inoltre, il 33% delle imprese ricorre “spesso” a personale bilingue e il 24% “a volte”. Il 17% dei rispondenti dichiara di non rivolgersi “mai” al personale bilingue e, tra di loro, solo 1 afferma di ricorrere a servizi di traduzione esterna. Tutti gli altri si rivolgono “spesso” o “a volte” ai commerciali esteri e/o al reparto marketing. Il 19% dei rispondenti affida invece “spesso” i testi a personale interno con conoscenze di base delle lingue. Si tratta di 39 partecipanti, di cui 34 sono PMI. Dal grafico si evince anche che il 13% delle imprese ricorre spesso a “traduttori interni” ma la sola analisi del questionario non consente di determinare a priori se si tratti di traduttori *in-house* a tutti gli effetti, ossia di figure a cui è deputata la sola attività traduttiva.

Focalizzando l’attenzione sulle traduzioni svolte da professionisti esterni, emerge ancora di più la tendenza sporadica all’esternalizzazione. Il 44% delle imprese dichiara di non affidarsi “mai” alle agenzie di traduzione e il 55% non si avvale “mai” di professionisti esterni. Leggermente più

frequente (“a volte”) è la collaborazione del 42% e del 37% delle imprese rispettivamente con agenzie di traduzione e traduttori professionisti esterni. Nel grafico seguente la frequenza di esternalizzazione degli incarichi è stata incrociata con i dati relativi alle classi dimensionali:

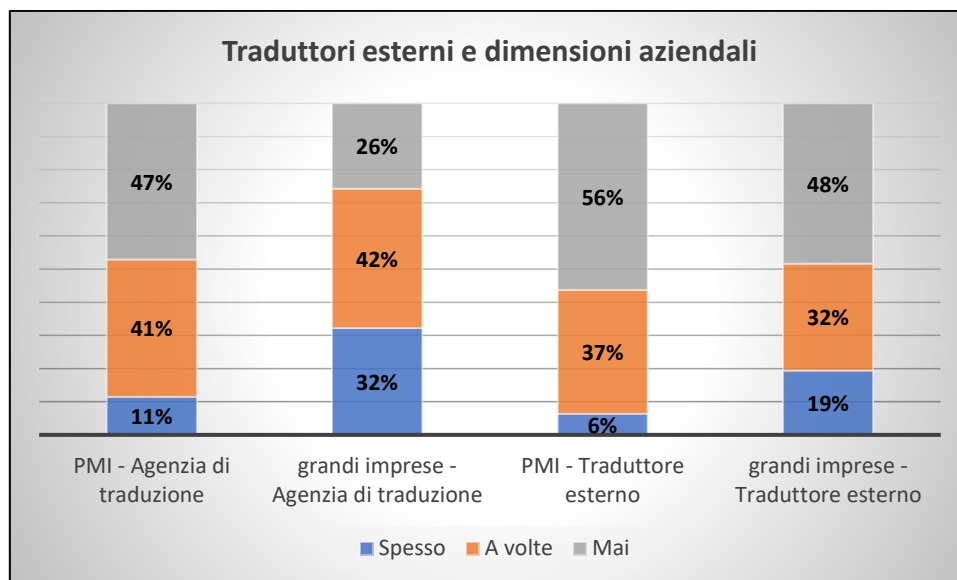


Figura 16 - Esternalizzazione per dimensioni aziendali

Il 47% delle PMI non si avvale “mai” di agenzie e il 56% non si rivolge “mai” a traduttori professionisti esterni. Focalizzando l’attenzione sulle grandi imprese, solo il 26% di queste non ricorre “mai” ad agenzie e ben il 48% non si avvale “mai” di traduttori esterni. Pertanto, la collaborazione con le agenzie di traduzione è più frequente tra le grandi imprese. Queste ultime prediligono inoltre la collaborazione con le agenzie a quella con singoli traduttori professionisti. Questo aspetto potrebbe dipendere dal maggior numero di lingue straniere impiegate (cfr. Figura 11) e dunque dalla necessità di coprire un numero più elevato di combinazioni linguistiche in fase di traduzione. La tendenza dominante consiste comunque nel tradurre internamente i testi.

Concentrando nuovamente l’attenzione sul grafico illustrato in Figura 15, si nota anche che solo l’8% dei rispondenti dichiara di avvalersi “spesso” di strumenti di traduzione automatica mentre il 49% se ne serve “a volte”. Tutti i rispondenti che utilizzano spesso la traduzione automatica (8%) fanno parte della categoria delle PMI mentre 12 rispondenti su 100 che la utilizzano “a volte” sono grandi imprese. Nel campione analizzato dunque il 39% delle grandi imprese ricorre alla traduzione automatica mentre la percentuale sale al 60% se si considerano unicamente le PMI. Gli strumenti di traduzione automatica non sono certamente sconosciuti nelle imprese locali ma sembrano essere utilizzati principalmente per finalità comunicative generali, dai reparti meno versati nell’utilizzo delle lingue straniere, e più sporadicamente dagli addetti alla traduzione vera e propria. Un commerciale

estero, a cui deputata l'attività traduttiva nella sua azienda, dichiara: "l'ufficio tecnico tenta di avvalersi di Google Traduttore - che io sconsiglio - io invece cerco di capire e tradurre". Dello stesso parere è il seguente intervistato, che ricopre una posizione simile in una PMI locale: "*Google Translate* non lo uso proprio. Scrivo e se ho dubbi sulla resa di una frase vado su Reverso o Linguee" (INT_3). Le parole degli ultimi due intervistati lasciano trasparire una certa consapevolezza dei limiti della traduzione automatica. Tuttavia, va sottolineato che la traduzione automatica, se integrata in maniera avveduta nel workflow traduttivo e accompagnata da *pre-editing* e *post-editing*, può fungere da ausilio nel processo traduttivo. Le pratiche di *pre-editing* e *post-editing* non sono tuttavia note ai soggetti intervistati, probabilmente per via della loro recente diffusione nell'industria linguistica.

Nei seguenti due paragrafi i dati relativi agli addetti alle traduzioni vengono approfonditi per mezzo di alcuni estratti di interviste. In particolare, verrà tracciato in un primo momento il profilo degli addetti interni alle traduzioni (cfr. 3.3.2.1) e, in un secondo momento, la percezione che le imprese hanno dei traduttori professionisti esterni (cfr. 3.3.2.2).

3.3.2.1 Gli addetti interni alle traduzioni

Dodici dei soggetti intervistati svolgono traduzioni in prima persona in azienda (cfr. 2.3.2.2). Tra di loro, 5 non hanno una formazione linguistica, ma hanno appreso almeno una seconda lingua per motivi circostanziali, dettati dall'ambiente multilingue in cui lavorano o da soggiorni frequenti all'estero. Nella maggior parte dei casi si tratta di figure addette alla gestione dei rapporti con i mercati stranieri, come commerciali esteri (INT_9) ed *export manager* (INT_5, INT_6, INT_11). L'assenza di una formazione linguistica, pur non essendo necessariamente sinonimo di incompetenza (Antonini et al. 2017:7) viene vista da alcuni intervistati in maniera critica:

A partire dalle schede tecniche, fino ai listini e al sito internet traduco tutto io. Io sono però un commerciale, in realtà senza neanche un titolo di traduzione. Se andiamo nel dettaglio io sono diplomato in ragioneria e laureato in scienze economiche ma non è un titolo di lingua. Quindi io non sarei neanche titolato in realtà (INT_6)

Nella mia azienda generalmente la traduzione sta alla competenza del commerciale estero, perché è visto come uno spreco di risorse quello di affidarsi a dei traduttori professionisti. Va bene se il commerciale estero ha una formazione linguistica. Va un po' meno bene se il commerciale estero è un po' più autodidatta oppure è uno specialista di vendite che però non ha le competenze specifiche dovute (INT_11)

Un aspetto che accomuna tutti gli intervistati che traducono internamente alle imprese è che, a prescindere dal proprio percorso di studi, nessuno di loro è stato assunto appositamente come traduttore, né viene remunerato specificamente per tradurre. Riprendendo De Camillis (2021:204) potremmo definirli “impiegati-traduttori”. In tutti i casi la traduzione viene svolta parallelamente ad altre attività, ad esempio a quella di commerciale (come emerge dalle parole appena citate di INT_6). Questa combinazione di mansioni viene vista con occhio critico da alcuni intervistati: “se io passo le mie quaranta ore settimanali a revisionare o tradurre il sito e le pagine pubblicitarie in tre lingue, non posso lavorare al resto” (INT_3), “se il testo è interessante mi piace tradurre. Ciò che me lo rende meno divertente è che non potendo fare questa attività come mia mansione, io mi devo ritagliare del tempo per farlo” (INT_6). Un caso a parte è INT_2 che lavora come commerciale estero presso una grande impresa. Come gli altri intervistati, anche a INT_2 capita di svolgere traduzioni parallelamente alle mansioni di commerciale estero. Tuttavia, l’intervistato spiega anche che la sua impresa ha individuato nel corso del tempo figure a cui deputare l’attività traduttiva all’interno dell’ufficio di Ricerca e Sviluppo: “nell'ufficio di Ricerca e Sviluppo c'è del personale apposito che traduce i dati dei prodotti e li localizza per poterli esportare. Lì ci si occupa unicamente di traduzioni e localizzazioni” (INT_2). INT_2 non ha saputo dire se i soggetti incaricati abbiano una formazione linguistica ma senz’altro rivestono un ruolo che si avvicina maggiormente a quello dei traduttori *in-house* veri e propri.

Gli intervistati non sembrano godere di alcun riconoscimento legato nello specifico all’attività traduttiva. Ciò non vuol dire che non vi sia stima da parte dei colleghi ma che di loro venga riconosciuto principalmente il ruolo generico di ‘figure che parlano le lingue’. Questo dato emerge dalle parole dei seguenti due intervistati: “credo che il mio caso sia lo stesso di tante altre aziende del territorio in cui ci si affida alla figura che parla le lingue e basta” (INT_3) e “io aiuto gli altri uffici a relazionarsi con i clienti perché facendo il commerciale sono la figura che parla meglio la lingua” (INT_6). Questa concezione spinge i non addetti ai lavori a individuare nei commerciali esteri e in figure simili i migliori candidati per lo svolgimento delle traduzioni. Si tratta tuttavia di una convinzione fuorviante, che può comportare un sovraccarico di lavoro per queste figure, esposte da un lato alla volontà dei piani dirigenziali e, dall’altro, alle richieste di traduzione e di assistenza linguistica dei reparti meno versati nell’utilizzo delle lingue. Il primo aspetto emerge dalle parole di INT_15: “affidarsi una ditta esterna?⁷⁸ Il titolare non era proprio propenso. Dice che noi ce le abbiamo internamente le competenze, quindi sfruttiamole. Anche se poi non capisce che toglie tempo al lavoro ordinario” (INT_15). Il secondo aspetto viene menzionato da diversi intervistati (INT_3, INT_6,

⁷⁸ INT_15 fa riferimento alle agenzie di traduzione.

INT_11) e si evince chiaramente dalle parole di INT_4: “se i colleghi hanno difficoltà con l'inglese, passano per il commerciale estero di riferimento. Anche per la traduzione delle schede tecniche l'ufficio tecnico le redige in italiano e poi traduciamo noi” (INT_4).

Questa combinazione di mansioni non viene percepita come un fardello da tutti gli intervistati. Ciò vale in particolare per alcune grandi imprese, dove la suddivisione delle traduzioni tra più collaboratori consente una riduzione del carico di lavoro individuale: “siamo riusciti a conciliare le due attività forse perché siamo tanti e quindi il carico di lavoro si divide” (INT_4), “sappiamo che arriva un momento in cui vanno fatte le traduzioni [...]. A seconda di cosa serve, diverse persone traducono” (INT_12).

3.3.2.2 I traduttori professionisti esterni

Le interviste hanno consentito di approfondire non solo il profilo degli impiegati-traduttori ma anche la percezione che questi e i loro collaboratori hanno dei professionisti esterni. Tra gli intervistati, solo alcune grandi imprese (INT_13, INT_14) esternalizzano quasi completamente i testi da tradurre, mentre negli altri casi la collaborazione è più sporadica, ad esempio “unicamente per lavori grossi” (INT_1) oppure completamente assente: “non esternalizziamo nulla. Facciamo tutto noi” (INT_9).

Dall'analisi qualitativa delle trascrizioni emergono diverse considerazioni del ruolo e dell'utilità delle agenzie di traduzione. Molti rispondenti si pongono in maniera critica nei loro confronti, sottolineando i seguenti problemi:

- a. utilizzo errato della terminologia del settore di attività aziendale: “nessun traduttore mi ha mai soddisfatto [...]. L'agenzia di traduzioni non ha un livello sufficiente. Trattandosi di un linguaggio tecnico, non conosce i termini specifici del settore” (INT_1), “abbiamo riscontrato alcune frasi grammaticalmente corrette ma con terminologia non del nostro settore” (INT_5).
- b. Costi elevati: “c'è sicuramente il discorso del costo” (INT_8), “nell'azienda non esiste l'idea di esternalizzare perché sono soldi buttati” (INT_11).
- c. Collaborazioni discontinue che possono compromettere il rapporto con il cliente: “a livello commerciale, è il commerciale che deve parlare con il cliente. Ci mette la sua faccia, non si può rivolgere all'agenzia che oggi ti manda Tizio e domani ti manda Caio.” (INT_8)

Al contempo alcuni di loro sottolineano anche l'apporto professionale delle agenzie di traduzione: “per cose più specifiche o registrazione di marchi si fa sempre con traduttori specifici, esperti in traduzione legislativa” (INT_8), “ci è capitato di avvalerci di agenzie per testi più [...] coloriti, più ricchi. Servono delle competenze che magari all'interno alcuni di noi hanno ma che non sono così complete e spiccate come invece giustamente ha un professionista della traduzione” (INT_12).

3.3.3 Come si traduce: gestione del workflow e tecnologie impiegate

Nei paragrafi seguenti vengono approfondite le modalità di gestione del workflow traduttivo interno (3.3.3.1) e dell'incarico esternalizzato (cfr. 3.3.3.2). Nel primo caso si ricorre alle interviste, poiché queste forniscono una panoramica delle pratiche traduttive interne e delle tecnologie utilizzate dagli impiegati-traduttori stessi. Nel secondo caso le interviste fungono da integrazione dei risultati dell'indagine quantitativa (domande dalla 15 alla 18).

3.3.3.1 Pratiche traduttive interne

Per quanto riguarda le traduzioni svolte internamente alle imprese, l'analisi dei dati ha rivelato diversi gradi di "estensione dell'attività traduttiva", diverse "risorse" a cui attingono gli impiegati-traduttori e diverse "difficoltà" riscontrate. Questi tre aspetti vengono trattati in dettaglio nelle righe seguenti.

Con "estensione dell'attività traduttiva" si fa qui riferimento al numero di soggetti tra cui viene suddivisa la mole di traduzioni internamente. Soprattutto nelle PMI, l'attività traduttiva è deputata a singole figure che, disponendo di competenze linguistiche più spiccate, devono gestire quantità talvolta notevoli di traduzioni in una o più lingue straniere. Ciò comporta addirittura per INT_3 la necessità di apprendere una nuova lingua per poter coprire un'ulteriore combinazione linguistica richiesta dai piani dirigenziali:

per me l'inglese e il francese sono semplici, perché li ho studiati. Un caso a parte è stato lo spagnolo. Non lo avevo studiato all'università ma negli ultimi due anni si è aperto un grande mercato nel Sud America. Il titolare [...] ha voluto tutto tradotto in spagnolo [...]. E io ho dovuto studiare, cercare modelli simili per ricreare le offerte in spagnolo. (INT_3)

Vi sono poi PMI con un ufficio commerciale più strutturato, in cui l'attività traduttiva viene estesa a più commerciali esteri in base alle competenze linguistiche di ciascuno: "con le altre colleghe siamo riuscite a dividerci abbastanza bene le lingue in cui tradurre" (INT_15). In presenza di sedi estere, è possibile che l'attività traduttiva si estenda fino al personale di madrelingua situato all'estero: "per il francese collaboriamo con i consociati in Francia. Nel caso delle schede prodotto io le traduco in inglese e poi le mando alla ragazza francese che le traduce a sua volta in francese" (INT_7). Nelle imprese in cui le competenze linguistiche non sono limitate a commerciali esteri e figure simili, è

possibile che la traduzione venga svolta parallelamente o in sequenza in reparti diversi da quello commerciale. In questi casi le attività di traduzione, auto-traduzione e produzione di contenuti nella lingua straniera si sovrappongono:

A seconda di cosa serve, diverse persone traducono. Io, ad esempio, traduco le cose che riguardano il prodotto e poi magari questo testo andrà all'ufficio marketing che creerà il documento finale. Io magari fornisco una traduzione iniziale [...]. Poi l'export o l'ufficio marketing cambierà, aggiornerà o integrerà la mia traduzione a seconda della destinazione. (INT_12)

Per far fronte alle esigenze traduttive dell'organizzazione o a quelle dei singoli reparti, le imprese plasmano il processo traduttivo in maniera più o meno standardizzata e coinvolgono figure e reparti diversi. Si vengono così a formare comunità eterogenee che condividono pratiche e all'interno delle quali ciascun membro apprende dagli altri. Ad esempio, nell'estratto seguente un commerciale estero spiega come sia riuscito con i colleghi del suo ufficio a rendere più efficiente il processo traduttivo concordando alcune misure con il tecnico che redige i testi:

Noi abbiamo imposto al tecnico alcune cose. Prima magari cambiava i termini ecc. e noi [...] abbiamo dato dei parametri e delle regole che il tecnico riesce a rispettare. Abbiamo chiesto di mantenere uno stesso layout, di fare le frasi più semplici, magari di accorciare le descrizioni. Sono piccole accortezze che a noi rende la vita un po' più semplice. (INT 15)

Un secondo aspetto emerso dall'analisi delle trascrizioni sono le "risorse" a cui gli impiegati-traduttori attingono per svolgere al meglio l'attività traduttiva. Con "risorse" si intende qui qualsiasi fonte o mezzo che funga da aiuto agli impiegati-traduttori durante lo svolgimento dell'attività traduttiva. Le risorse possono essere di varia natura ma, per le finalità della presente analisi, possono essere raggruppate in due macrocategorie: le risorse umane e le risorse materiali. Con le prime si fa riferimento a diverse figure che, nell'impresa, posseggono competenze linguistiche o conoscenze specialistiche e a cui gli impiegati-traduttori possono rivolgersi per chiedere chiarimenti legati alle traduzioni. Le risorse materiali sono invece gli artefatti (cfr. 1.2.2.3), ad esempio le tecnologie, di cui gli impiegati-traduttori si servono per svolgere l'attività traduttiva.

Per quanto riguarda le risorse umane, gli intervistati si rivolgono prevalentemente ai collaboratori presenti presso il proprio reparto, alla casa madre o alle sedi estere. Ad esempio, INT_15

può avvalersi di un collaboratore interno di madrelingua francese per la correzione dei testi che traduce verso il francese, ma lo stesso non vale per le altre lingue: “visto che ce l'abbiamo internamente [un madrelingua] per il francese possiamo farlo, per l'inglese e per lo spagnolo no perché non abbiamo madrelingua” (INT_15). Questa stessa difficoltà è esperita anche da altre imprese sprovviste di personale madrelingua nelle lingue di destinazione. Pertanto, per quanto sorprendente, è possibile che alcuni impiegati-traduttori interpellino i propri clienti stranieri: “se ho problemi con la terminologia alzo il telefono e chiamo l'agente il Francia o un cliente affezionato e chiedo come chiamano certe cose” (INT_6), “è capitato di rivolgerci a un cliente – di solito quello con cui si ha un rapporto quasi amicale – che ha aiutato” (INT_4).

Per quanto riguarda le risorse materiali, si notano due aspetti. In primo luogo, 14 dei 15 intervistati non dispongono di tecnologie di traduzione assistita. In un solo caso, un intervistato si è operato per migliorare l'organizzazione interna della documentazione multilingue e si è dotato di un software di traduzione assistita:

Il processo traduttivo prima era un file word condiviso con le traduzioni una di seguito all'altra. Io lo definirei pessimo. Dopo qualche discussione sono riuscito a portarlo a una cartella online con tutte le parti strutturate per area, per lingua, [...] con Weblate. Questa è una cosa che ho importato io perché ho diversi conoscenti traduttori, perché conosco e mi rendo conto del problema della traduzione della lingua. (INT_11)

In secondo luogo, gli impiegati-traduttori tendono a ricorrere maggiormente a tecnologie che non comportano un investimento economico a livello individuale o aziendale. In particolare, si avvalgono di strumenti disponibili gratuitamente in rete come “Context Reverso o Wordreference” (INT_7), “Linguee, Glosbe” (INT_15) oppure consultano “i siti dei [...] clienti e concorrenti per trovare prodotti uguali e copiare dei termini da lì” (INT_5). In molti casi attingono a risorse interne che fungono da raccolte di testi paralleli e comparabili, in cui rintracciare quanto tradotto in passato: “io ho una cartella dove tengo articoli tradotti per LinkedIn oppure le varie schede prodotto. Queste sono state approvate e caricate, quindi se ho un dubbio controllo” (INT_7), “partiamo da un modello o da qualcosa che è già stato utilizzato in passato. Magari andiamo a cambiare solo le parti che ci servono” (INT_9).

Tra le difficoltà riscontrate dagli impiegati-traduttori vi è la già menzionata necessità di ritagliarsi del tempo per svolgere le traduzioni parallelamente alle altre mansioni quotidiane. Nella fase traduttiva vera e propria, altre difficoltà segnalate sono le seguenti:

- a. difficoltà nell'individuare i termini più adeguati nelle lingue di destinazione: “è una continua ricerca di termini su internet per capire come tradurre meglio quel che dice l'ufficio tecnico” (INT_3).
- b. Difficoltà legate a tipologie testuali specifiche. Tra i testi ritenuti più complessi vi sono in particolare i contratti: “quando ci chiedono di firmare contratti e si entra un po' più nella parte tecnica-legale. Lì c'è più difficoltà perché per far firmare un contratto a un titolare devo tradurlo in italiano, se ci sono modifiche da apportare si ritraduce in inglese. Queste traduzioni sono più impegnative” (INT_9).
- c. Difficoltà legate a formulazioni poco chiare e ambigue nella lingua di partenza: “Spesso il problema è in italiano. Fai leggere il documento a quattro persone e lo intendono in quattro modi diversi” (INT_6).
- d. Difficoltà legate alla traduzione verso le lingue straniere: “troviamo più difficile la traduzione attiva” (INT_4).

3.3.3.2 La collaborazione con le agenzie di traduzione

Come descritto nel paragrafo 3.3.2, l'esternalizzazione delle traduzioni è una misura adottata in maniera sistematica da un numero piuttosto esiguo di imprese. Il presente paragrafo mira a ricostruire le ragioni che spingono all'esternalizzazione, nonché ad approfondire gli scambi che hanno luogo tra le imprese e le agenzie nella fase propedeutica alla traduzione e in quella di revisione.

La domanda 15 chiedeva di indicare quali testi vengono commissionati ai professionisti esterni.

<p>15. Quali testi vengono commissionati a professionisti esterni (agenzie di traduzione e/o traduttori)?</p> <p><input type="checkbox"/> Tutti o quasi tutti</p> <p><input type="checkbox"/> Testi particolarmente tecnici</p> <p><input type="checkbox"/> Testi da consegnare urgentemente</p> <p><input type="checkbox"/> Testi in lingue non note al personale aziendale</p> <p><input type="checkbox"/> Non ci avvaliamo di professionisti esterni</p> <p><input type="checkbox"/> Altro: _____</p>

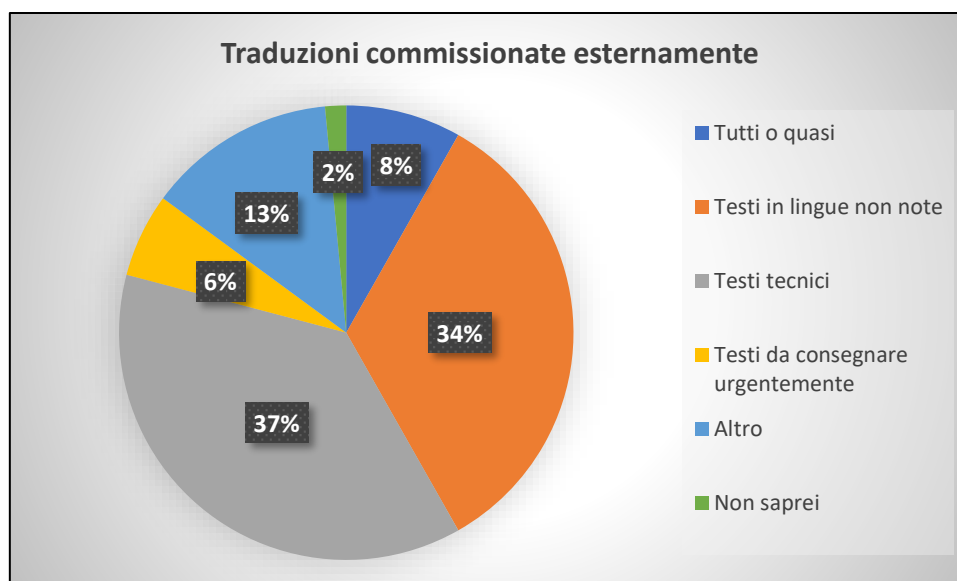


Figura 17 - Traduzioni commissionate esternamente

Solo l'8% delle imprese esternalizzano completamente o quasi i propri testi. Il 34% esternalizza i testi da tradurre in lingue non note al personale e il 37% testi tecnici. Il 6% fa tradurre esternamente testi da consegnare urgentemente e nel 13% dei casi i rispondenti hanno deciso di avvalersi dell'opzione "altro" a compilazione libera. Le risposte in questa categoria fanno riferimento in quasi tutti i casi a diverse tipologie di testi soggetti a esternalizzazione. Tra i tipi di testi menzionati più di frequente vi sono quelli con valore legale, come emerge dalle seguenti risposte: "testi con valenza legale", "testi di contrattualistica con valenza legale", "testi contrattuali e legali", "ove occorra asseverazione" e "testi con valenza giuridica".

Dalle interviste emerge un quadro simile. Molti degli intervistati ricorrono all'esternalizzazione quando il tempo a loro disposizione non è sufficiente: "io non ho tempo di stare dietro a queste cose qua, allora ci affidiamo a una agenzia di traduzioni" (INT_10), "l'agenzia mi toglie un po' di traduzioni" (INT_1) oppure "quando il materiale è di una portata importante" (INT_5). Le risposte riportate nel campo a compilazione libera del questionario trovano conferma nelle interviste. I testi con valore legale costituiscono infatti una categoria particolarmente difficile da tradurre per gli impiegati-traduttori (cfr. 3.3.3.1) i quali, per non incorrere in problemi legali, preferiscono spesso rivolgersi ai professionisti: "chiediamo una traduzione ufficiale esternamente solo in due casi. Quando ci sono di mezzo gli avvocati. Ad esempio, per [...] contestazioni subite o da fare. Oppure sempre in ambito legale, per le condizioni generali di vendita" (INT_6), "soprattutto per le traduzioni certificate. Se si fanno errori, l'azienda avrebbe problemi" (INT_8).

Mentre in molte PMI l'esternalizzazione è una scelta adottata quale *extrema ratio*, le grandi imprese possono arrivare a esternalizzare anche del tutto l'attività traduttiva: "cerchiamo di

concentrarci e dare priorità più alla parte tecnica e lasciare ai fornitori⁷⁹ la traduzione dei manuali. L'operatività la stiamo esternalizzando completamente" (INT_14). Anche nell'impresa di INT_13 le traduzioni sono affidate quasi completamente alle agenzie di traduzione, a eccezione di pochi casi: "internamente facciamo delle traduzioni ma sono prevalentemente o testi brevi [...] o deadline talmente vicine da non avere il tempo di assegnarla all'esterno" (INT_13).

In fase di assegnazione dell'incarico si notano pratiche differenti. Agli intervistati è stato chiesto se forniscano informazioni specifiche, glossari o documenti di riferimento. Nella maggior parte delle imprese non vengono adottate pratiche di questo tipo, sebbene potrebbero effettivamente rivelarsi utili: "noi abbiamo un database di testi tradotti che in effetti avrei potuto dare all'agenzia" (INT_1). Nelle due grandi imprese sopra menzionate, l'esternalizzazione più frequente ha invece incentivato lo sviluppo di buone pratiche già nella fase di selezione dell'agenzia e di assegnazione dell'incarico. INT_14 spiega ad esempio che: "per entrare da noi devi fare [...] un primo test di traduzione. Prendiamo una delle lingue a noi più utili [...] e facciamo un test di alcune pagine così capiamo la qualità" (INT_14). Inoltre, la sua impresa ha deciso di far gestire i rapporti con le agenzie di traduzione a un referente unico in grado di coordinare l'intero processo: "abbiamo deciso di mettere una sola figura che curi tutte le traduzioni così i fornitori parlano con una sola figura, io ho più potere di acquisto e so come lavora ciascun fornitore" (INT_14). Nell'impresa di INT_13 si punta anche sulla collaborazione continuativa con un unico fornitore, nonché sulla condivisione di risorse utili alla produzione di un buon testo finale: "noi facciamo affidamento a un'unica agenzia di traduzione certificata da un po' di anni perché abbiamo condiviso all'inizio un glossario, soprattutto sui termini tecnici, e loro non hanno possibilità di sbagliare" (INT_13).

Una fase altrettanto importante è la revisione del testo tradotto esternamente e l'invio dei feedback ai traduttori esterni. Nella domanda 16⁸⁰ si chiedeva ai rispondenti se i testi tradotti vengono sottoposti a revisione.

⁷⁹ Con "parte tecnica" l'intervistato fa riferimento alle attività di ricerca e sviluppo condotte dalla sua azienda. I "fornitori" sono invece le agenzie di traduzione.

⁸⁰ Si tratta di una domanda condizionata che non è stata posta a chi ha selezionato "non ci avvaliamo di professionisti esterni" e "testi in lingue non note al personale aziendale" nella domanda precedente. La domanda è stata rivolta dunque a 87 imprese.

16. Una volta tradotti, i testi vengono revisionati da parte dell'azienda?

- Sì, sempre
- Sì, se le tempistiche lo consentono
- Raramente
- Mai
- Non saprei
- Altro: _____

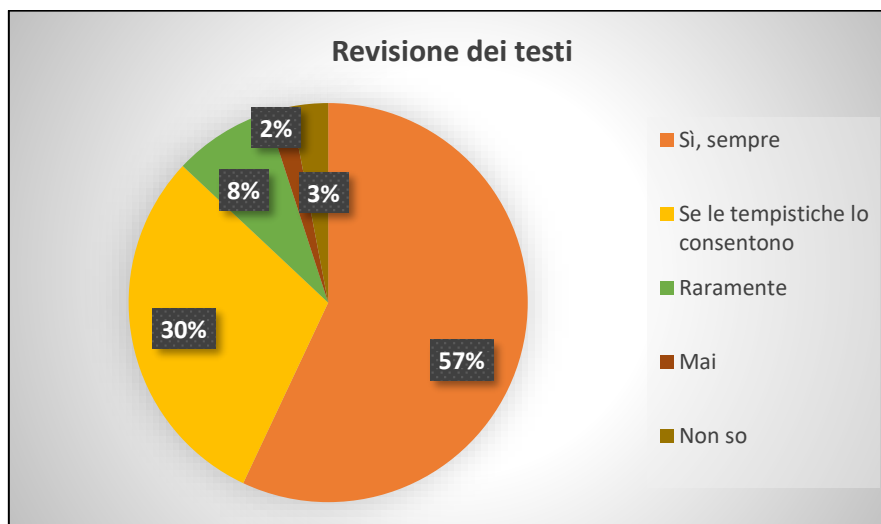


Figura 18 - Revisione dei testi

Il 57 % delle imprese dichiara di revisionare sempre i testi tradotti, mentre una fetta del 30% sostiene che la revisione avviene solo quando le tempistiche di lavoro lo consentono. Alcune imprese affermano invece di revisionare “raramente” (8%) o “mai” (2%) i testi tradotti. La domanda successiva⁸¹ verteva sulla comunicazione delle correzioni apportate ai traduttori esterni.

17. L'azienda comunica eventuali correzioni ai professionisti esterni (traduttori e/o agenzie di traduzione)?

- Sì, sempre
- Sì, se le tempistiche lo consentono
- Raramente
- Mai
- Non saprei
- Altro: _____

⁸¹ Anche in questo caso si tratta di una domanda condizionata che non è stata posta a chi ha dichiarato, nella domanda precedente, di non effettuare “mai” revisioni o di non sapere se vengono effettuate. La domanda è stata rivolta dunque a 82 imprese.

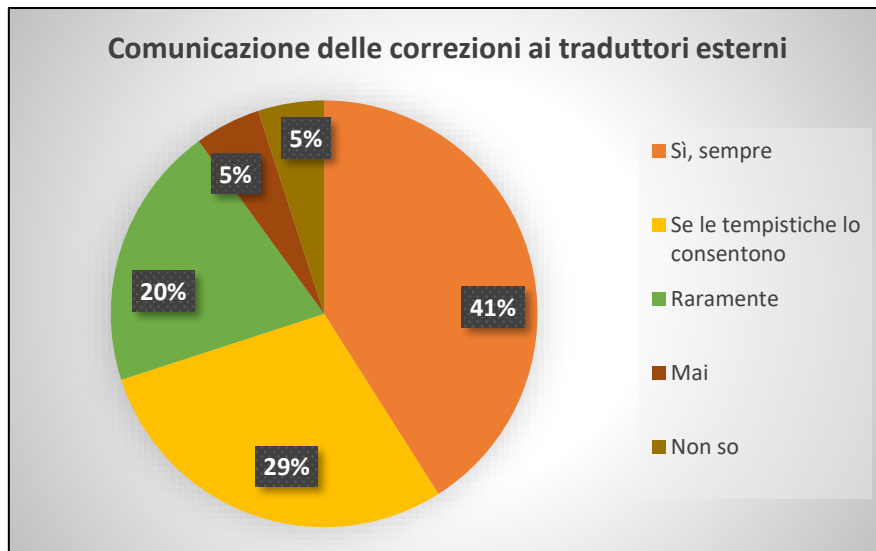


Figura 19 - Comunicazione delle correzioni ai traduttori esterni

La percentuale di imprese che comunicano “sempre” le correzioni apportate a revisione conclusa si attesta sul 41%. A seguire, il 29% delle imprese comunica le correzioni se ha tempo e il 20% lo fa raramente. Incrociando i risultati relativi alle dimensioni aziendali rispettivamente con le domande 16 e 17 non si registrano differenze significative tra PMI e grandi imprese. Comune è la tendenza a dedicare tempo alla fase di revisione ma meno a quella successiva di interazione con l’agenzia di traduzione. Sebbene l’87% delle imprese revisioni i testi tradotti, sembra che in molti casi questa revisione non si concretizzi in misure volte a migliorare sul lungo termine la qualità delle traduzioni in collaborazione con gli esperti linguistici. Questo dato emerge anche dalle parole di INT_5, che lavora per una PMI: “quando ci arriva il testo tradotto, noi facciamo una revisione. Non diamo feedback né glossari. Ma potrebbe essere utile” (INT_5). Diverso è l’approccio delle due grandi imprese (INT_13 e INT_14) che collaborano in maniera continuativa con le agenzie di traduzione. Nell’impresa di INT_14 si punta sia sulla revisione dei testi che sull’invio di una valutazione ai traduttori esterni: “facciamo dei check e poi diamo dei riscontri a volte anche negativi” (INT_14). Anche nell’impresa di INT_13 la revisione riveste un ruolo centrale. Due buone pratiche consistono nell’aver individuato dei referenti fissi per ciascuna lingua straniera e nell’invio sistematico dei feedback:

nel processo di traduzione esterna, c’è sempre la validazione da parte delle responsabili marketing individuate come referenti per quella specifica lingua [...]. È anche un accordo preso con l’agenzia che i nostri referenti debbano essere più o meno gli stessi nel tempo, perché la validazione fatta una volta dà per scontato che quella informazione venga acquisita e non vada ripetuta sempre. (INT_13)

La sezione relativa alle pratiche traduttive si conclude con la domanda 18, nella quale si chiedeva alle imprese se dispongono di glossari o tecnologie quali database terminologici, memorie di traduzione o risorse simili internamente. Il 42% dei rispondenti (86 soggetti) hanno selezionato una o più delle opzioni di risposta. Concentrando l'attenzione su questo gruppo di soggetti, la ripartizione delle risposte è quella mostrata nel grafico seguente:

18. L'azienda è dotata di una o più delle seguenti raccolte di termini relativi al proprio settore in più lingue? Più opzioni possibili.

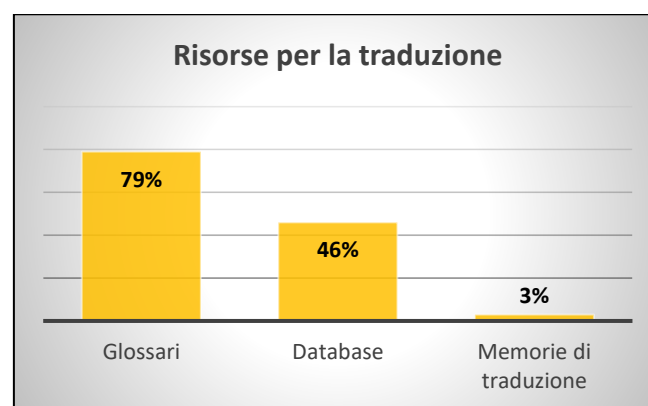
Glossari in più lingue (es. in Word o Excel)

Database terminologici in più lingue

Memorie di traduzione

Non siamo dotati di raccolte terminologiche

Altro: _____



La risorsa utilizzata più di frequente è il glossario. Questo dato è emerso anche nel corso delle interviste, durante le quali alcuni soggetti segnalano di avvalersi di un “file semplice con una tabella a doppia entrata, da una parte il termine e dall'altra le lingue” (INT_4), di “file salvati con dei glossari che chiunque può stampare e studiare” (INT_2) e di una “rubrica semplice in Word per alcune parole” (INT_3). Nel corso delle interviste nessun soggetto (a parte INT_11, cfr. 3.3.3.1) ha segnalato la presenza di database terminologici e memorie di traduzione in senso stretto. Pertanto, è possibile che i database terminologici e le memorie di traduzione menzionati nel questionario non siano quelli tradizionalmente utilizzati da traduttori e terminologi in ambito professionale ma raccolte meno strutturate. Gli intervistati segnalano ad esempio la presenza in azienda di “un database di testi tradotti” (INT_1) e di un “sistema gestionale dove varie informazioni sono memorizzate anche in tedesco” (INT_4). In alcuni casi gli intervistati sono a conoscenza dell'esistenza di strumenti quali CAT Tools e database terminologici professionali ma non li usano all'interno dell'impresa in cui

operano: “a me piacerebbe [usare i CAT Tools], non l'ho ancora proposto” (INT_15), “non abbiamo mai usato CAT Tools [...], potrei essere l'unico che conosce i CAT Tools” (INT_4). Infine, in una grande impresa, il responsabile dei rapporti con le agenzie di traduzione è consapevole che queste ultime utilizzano memorie di traduzione e ne riconosce il valore strategico. L'intervistato sottolinea come molte agenzie di traduzione vorrebbero lavorare con la sua impresa ma non riescono in questo intento poiché la sua impresa preferisce le due agenzie con cui coopera da più tempo, che: “negli anni hanno immagazzinato i termini e quindi restano sempre loro due” (INT_14). Quando chiedo se l'impresa abbia pensato di dotarsi essa stessa del patrimonio di memorie di traduzioni, l'intervistato non lo esclude per il futuro: “attualmente no, perché abbiamo circa una cinquantina/sessantina di manuali da far tradurre all'anno quindi non parliamo chissà di quale cifra [...]. È in previsione se dovessero aumentare i volumi, ci abbiamo pensato” (INT_14).

Nella maggior parte delle imprese locali non sembrano essere presenti vere e proprie tecnologie traduttive, come database terminologici e sistemi di traduzione assistita e/o automatica. Soprattutto nelle PMI, si ricorre piuttosto a risorse interne che non comportano investimenti aggiuntivi. Ciò è dovuto a ragioni di carattere economico ma anche ad una scarsa familiarità con le tecnologie traduttive e alla mancanza di figure apposite che implementino e si prendano cura di tali tecnologie: “non abbiamo un database terminologico, perché siamo io e la mia collega dell'estero che ci occupiamo delle traduzioni e revisioni e abbiamo tempo limitato. Se dovessimo fare anche un archivio di terminologia sarebbe un lavoro impegnativo” (INT_5).

3.4 Criticità riscontrate nella comunicazione multilingue

La parte conclusiva del questionario (domande dalla 19 alla 21) mirava a rilevare eventuali problemi riscontrati dalle imprese in tre aree: nelle traduzioni svolte (internamente e/o esternamente), nell'utilizzo quotidiano delle lingue straniere (attivo e/o passivo), e nel confronto linguistico e interculturale con partner commerciali di culture diverse.

La domanda 19 era a scelta multipla. Con le diverse opzioni di risposta si intendeva verificare se i rispondenti avessero individuato problemi nelle traduzioni svolte internamente, in quelle commissionate esternamente o in entrambe. Alcune opzioni di risposta sono state dedicate anche ai problemi terminologici, che rientrano tra le criticità esperite da molte imprese nella gestione delle traduzioni (cfr. 1.3.5).

19. Indicare quali dei seguenti problemi traduttivi e terminologici si sono verificati in passato. Più opzioni possibili.

- Errori nella traduzione dei testi affidati al personale interno.
- Errori nella traduzione dei testi affidati a professionisti esterni (es. agenzie di traduzione).
- Termini tradotti diversamente rispetto alle traduzioni passate o a causa di traduttori diversi (esempio: il nome di un prodotto non viene tradotto sempre nello stesso modo)
- Diversi reparti aziendali utilizzano termini diversi per riferirsi allo stesso prodotto
- Non abbiamo mai avuto problemi traduttivi e terminologici
- Non saprei
- Altro: _____

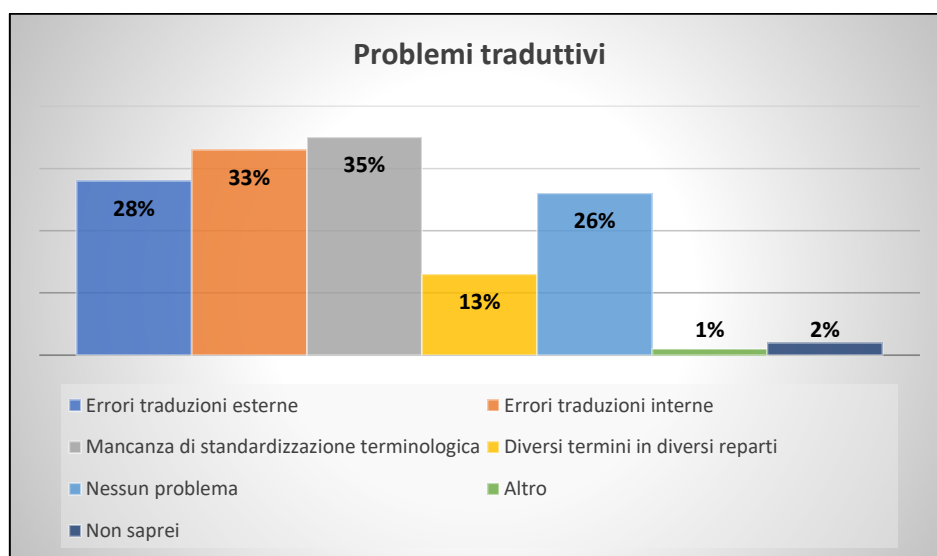


Figura 20 - Problemi traduttivi

Il 26% dei rispondenti dichiara di non aver mai avuto alcun problema, mentre la maggior parte di loro ha avuto in passato uno o più dei problemi elencati. La criticità riscontrata più di frequente è l'assenza di standardizzazione nella terminologia impiegata nelle traduzioni ed è stata selezionata dal 35% dei rispondenti. Gli errori individuati nelle traduzioni interne sono stati segnalati da un numero maggiore di rispondenti (33%) rispetto a quelli individuati nelle traduzioni commissionate esternamente (28%). Infine, il 13% dei rispondenti dichiara che diversi reparti tendono a utilizzare termini diversi per riferirsi alla stessa cosa. Non si riscontrano differenze sostanziali tra i problemi esperiti rispettivamente da PMI e grandi imprese. Il maggiore distacco si registra negli errori individuati nelle traduzioni svolte esternamente, segnalato dal 48% delle grandi imprese e dal 24% delle PMI. Al contempo è doveroso ricordare che le PMI ricorrono meno frequentemente ai professionisti esterni (cfr. 3.3.2).

Un tema cruciale è l'utilizzo corretto della terminologia relativa al settore di attività delle imprese. Uno dei rispondenti si avvale dell'opzione "altro", segnalando la seguente criticità: "termini tecnici tradotti in maniera differente rispetto a come tradotti da clienti e concorrenti". Le criticità

legate all'individuazione della terminologia corretta nei mercati di destinazione e a un suo utilizzo standardizzato nella documentazione aziendale emergono anche dalle interviste. Come anticipato (cfr. 3.3.2.2), alcuni intervistati sottolineano la mancanza di familiarità da parte delle agenzie esterne con la terminologia specifica del settore di attività aziendale: “trattandosi di un linguaggio tecnico, non conosce i termini specifici del settore” (INT_1), “sotto certi aspetti sono a volte migliori le traduzioni interne perché c'è una conoscenza tramite la frequentazione con clienti esteri [...] della terminologia specifica” (INT_11). Gli intervistati sono dunque consapevoli delle difficoltà legate all'individuazione della terminologia corretta e adottano varie strategie per risalire ai termini effettivamente impiegati nei mercati esteri: “spesso vado su siti di competitor e clienti per vedere quali parole usano” (INT_3), “per listino e schede tecniche, si prende il leader del mercato e si curiosi lì, si trae spunto” (INT_6). Una volta individuati i termini corretti, è importante garantirne il riutilizzo. Mentre chi esternalizza può contare sulle tecnologie impiegate dalle agenzie di traduzione (p.es. memorie di traduzione e database terminologici), la standardizzazione terminologica sembra più ardua per le imprese che gestiscono il processo internamente. Un intervistato ha comunque trovato una soluzione che sembra funzionare: “abbiamo creato un Excel che condividiamo dove ritroviamo anche termini tradotti anni fa e riusciamo anche a utilizzare sempre quelli” (INT_15).

La domanda 20 mirava a individuare problemi legati all'utilizzo delle lingue straniere in tre diverse situazioni comunicative: in forma scritta tramite e-mail, in forma orale tramite apparecchi telefonici e nell'interazione di persona. Il 58% dei rispondenti ha selezionato l'opzione “nessuno dei problemi menzionati”. La suddivisione tra PMI e grandi imprese viene mostrata nel grafico seguente.

20. Indicare quali dei seguenti problemi di comunicazione in lingua straniera si sono verificati in passato. Più opzioni possibili.

- Errori nella comunicazione via mail che hanno causato fraintendimenti (per esempio sulla quantità o caratteristiche dei prodotti da importare o esportare)
- Errori nella comunicazione telefonica che hanno causato fraintendimenti
- Difficoltà nell'interazione in lingua straniera durante incontri con i clienti esteri
- Nessuno dei problemi menzionati
- Altro: _____

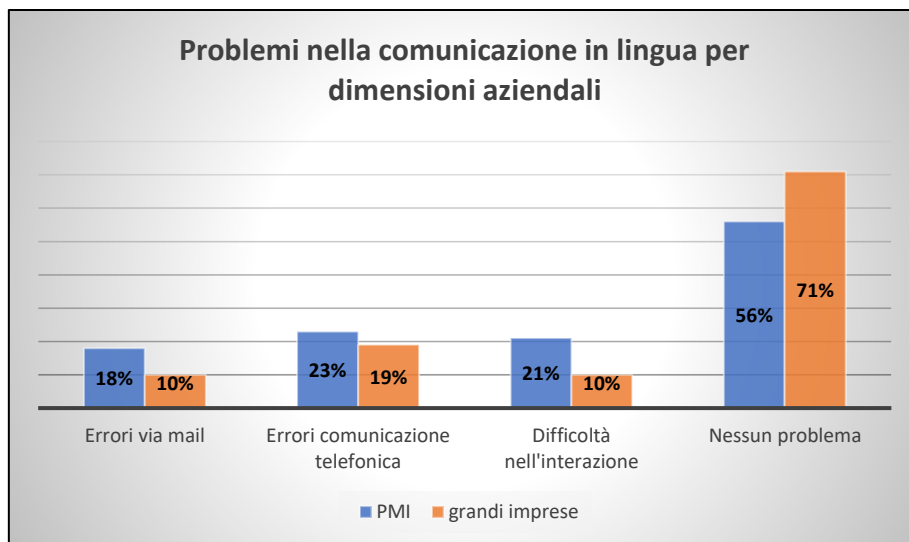


Figura 21 - Problemi nella comunicazione in lingua per dimensioni aziendali

Soprattutto le grandi imprese non sembrano riscontrare problemi legati alla comunicazione in lingua straniera nello svolgimento delle proprie attività quotidiane. Il 71% di loro ha infatti barrato l'opzione "nessuno dei problemi menzionati", mentre la percentuale scende al 56% se si considerano unicamente le PMI. Questo dato può essere ricondotto in parte al ruolo dei rispondenti. 86 dei 119 rispondenti che dichiarano di non aver alcun problema rivestono un ruolo legato al commercio estero e sono abituati con ogni probabilità a utilizzare le lingue straniere nella comunicazione con partner e clienti esteri.

L'ultima domanda riguardava il piano linguistico e interculturale e il suo impatto sulla buona riuscita delle attività commerciali delle imprese.

21. È capitato di perdere un'occasione commerciale per via di incomprensioni linguistiche e/o culturali?

Sì

No

Non saprei



Figura 22 - Occasioni commerciali perse per incomprensioni linguistiche e culturali

Solo il 9% delle imprese dichiara di aver perso occasioni commerciali a causa di incomprensioni linguistiche e/o culturali. Il 30% non lo esclude ma sostiene di non esserne a conoscenza e il 61% non ha mai perso occasioni commerciali per tali ragioni. Con le interviste è stato possibile approfondire ulteriormente le difficoltà riscontrate da diversi soggetti sul piano interculturale. Per molti di loro, particolarmente complesso è il mondo mediorientale e asiatico. INT_5 sottolinea le diverse pratiche commerciali e lavorative del mondo arabo: “con il mondo arabo ogni accordo è il frutto di una contrattazione sin dall’inizio [...]. Anche la questione delle festività non è banale. Ad esempio, il venerdì non puoi chiamare i clienti arabi, perché è la loro domenica” (INT_5). Per quanto riguarda il mondo asiatico, l’impresa di INT_14 si avvale del personale delle sedi estere per poter comunicare con una cultura molto distante dalla propria: “quando si va su culture indiane, giapponesi e cinesi è fondamentale la sede estera. Sono fondamentali le persone del luogo che ci aiutano a capire come entrare e come approcciarci con una cultura totalmente diversa dalla nostra” (INT_14). Le difficoltà non mancano nemmeno con paesi meno distanti, ad esempio con Austria e Germania: “in Germania sono molto rigidi. Questo è, questo è. Nel senso zero sconti, zero variazioni. In Austria uguale, sono molti fiscali [...]. I solleciti sono molto repentini quando scade qualcosa” (INT_10).

3.5 Sintesi dell’analisi sul territorio

Per l’indagine appena descritta si è ricorsi a una metodologia mista e gli strumenti di rilevazione impiegati sono stati questionario e interviste semistrutturate. Il questionario è stato compilato da 31 grandi imprese e da 174 PMI, mentre le interviste sono state condotte con il personale di 5 grandi imprese e di 10 PMI. I dati qualitativi hanno funto da approfondimento dei dati quantitativi. Le interviste hanno inoltre consentito l’accesso al punto di vista degli impiegati-traduttori e dei responsabili dei rapporti con le agenzie di traduzione, lasciando emergere buone pratiche e criticità nella gestione dei flussi traduttivi e nelle tecnologie attualmente impiegate.

Il questionario si componeva di quattro sezioni. Nella prima venivano raccolte informazioni generali circa le imprese coinvolte. Sebbene il campione non possa considerarsi statisticamente rappresentativo, al suo interno sono incluse imprese di dimensioni e settori diversi. Tutte le imprese sono interessate da rapporti con l’estero, dal momento che la totalità dei rispondenti ha selezionato uno o più paesi di esportazione e circa un terzo segnala la presenza di sedi estere.

Nella seconda sezione venivano approfondite le strategie di gestione linguistica. Le imprese coinvolte tendono a utilizzare l’inglese, seguito dall’italiano e dalle lingue delle sedi estere per la comunicazione interna e una o più lingue straniere nella comunicazione esterna. Riguardo a

quest'ultima, si registra una comunicazione più diversificata con l'estero da parte delle imprese di grandi dimensioni. Una strategia di gestione linguistica particolarmente ricorrente consiste nella formazione linguistica del personale. Quasi metà delle imprese offre infatti corsi di lingua ai propri dipendenti e il 42% di loro coinvolge tutto il personale. L'ampia offerta di corsi da parte delle imprese marchigiane potrebbe essere legata sia all'utilità percepita delle lingue straniere (cfr. domanda 10) che alle scarse competenze linguistiche dei reparti non deputati al commercio estero (cfr. 3.3.2.1). Le strategie di gestione linguistica legate alla traduzione (cfr. 1.3.4.2) sono adottate principalmente su iniziativa individuale, da parte di singoli dipendenti che ricorrono ai propri collaboratori più versati nell'utilizzo delle lingue straniere, alimentando il fenomeno della traduzione non professionale. Decisamente meno frequenti, se non assenti, sono le strategie a livello di organizzazione complessiva. Solo due grandi imprese (INT_13, INT_14) esternalizzano quasi totalmente le traduzioni e nessuna impresa dispone di un reparto interno di traduzione. Un solo intervistato (INT_10) si è dotato di una tecnologia traduttiva e la ritiene utile, ma se ne serve in maniera individuale.

Le pratiche traduttive delle imprese sono state approfondite con la terza sezione del questionario e con le interviste. I dati così raccolti hanno consentito di ricostruire cosa viene tradotto dalle imprese, chi traduce i testi e come viene gestito il workflow traduttivo. Per quanto riguarda il primo punto, si registra un'ampia varietà di tipologie testuali tradotte dalle imprese per finalità commerciali e promozionali. Nelle imprese che adottano uno stile comunicativo più classico si nota una tendenza minore a tradurre contenuti marketing destinati a *social* e sito web (cfr. 3.3.1). Per quanto riguarda gli autori delle traduzioni, emerge il ruolo predominante della traduzione non professionale all'interno delle imprese. Gli impiegati-traduttori intervistati rispecchiano il profilo del traduttore non professionista descritto da Antonini et al. (2017:7) e approfondito nel paragrafo 1.2.2.2.1. Tra i punti di contatto più evidenti vi sono i seguenti:

- a. cinque dei soggetti intervistati traducono ma non hanno alcuna formazione in ambito linguistico o traduttivo,
- b. nessuno degli intervistati è stato assunto appositamente per svolgere l'attività di traduttore,
- c. nessuno di loro viene remunerato specificamente per tradurre.

I professionisti esterni sono la soluzione adottata più di rado dalla maggior parte delle imprese, soprattutto dalle PMI. Solo in due casi (INT_13 e INT_14) si nota un ricorso quasi totale alle agenzie di traduzione. In entrambi i casi le ragioni di questa collaborazione non sono legate solo alla volontà di avvalersi di professionisti ma anche all'esigenza di esternalizzare l'incombenza burocratica delle traduzioni e concentrarsi internamente su altre attività. Per quanto riguarda le modalità di gestione interna delle traduzioni, si registra il ricorso da parte degli impiegati-traduttori ai propri collaboratori per chiarire dubbi di natura traduttiva o per revisionare i testi tradotti verso le lingue straniere. Questa

strategia è più evidente nelle imprese che dispongono di personale bilingue presso la casa madre o di sedi estere a cui inviare testi da tradurre o da revisionare. Nelle imprese che non hanno questa possibilità si nota (INT_4, INT_6, cfr. 3.3.3.1) il ricorso a clienti di lunga data. Per lo svolgimento delle traduzioni, gli impiegati-traduttori si avvalgono di artefatti già presenti sul posto di lavoro (cartelle di testi tradotti in passato, glossari in Excel ecc.) e alle risorse gratuite disponibili in rete. Per quanto riguarda l'esternalizzazione, nella maggior parte delle imprese non si notano misure di ottimizzazione della fase propedeutica alla traduzione o di quelle successive di revisione e organizzazione della documentazione tradotta. Solo alcune grandi imprese (INT_13, INT_14, cfr. 3.3.3.2) inviano sistematicamente i propri feedback alle agenzie e implementano buone pratiche quali la collaborazione regolare con un unico fornitore e l'assegnazione delle revisioni a dei referenti appositamente incaricati. La revisione e l'invio di feedback sono misure meno diffuse tra le PMI ma considerate potenzialmente utili da alcuni degli intervistati (INT_1, INT_5).

Con la quarta e ultima sezione del questionario sono state individuate alcune criticità riscontrate dalle imprese nella comunicazione multilingue. La maggior parte dei rispondenti e degli intervistati sono operativi nel campo del commercio estero e non segnalano enormi difficoltà in termini di utilizzo attivo e/o passivo delle lingue straniere. La stessa considerazione non può essere estesa a tutti i reparti aziendali, molti dei quali non sono versati nell'utilizzo delle lingue straniere e necessitano talvolta di assistenza linguistica. A livello interculturale, gli intervistati segnalano alcune difficoltà ma sembrano essere consapevoli, anche grazie al ruolo che ricoprono, delle diverse abitudini e pratiche commerciali dei propri partner stranieri. La maggior parte dei problemi segnalati in risposta al questionario e in sede di intervista sono errori individuati nelle traduzioni e un utilizzo errato o disomogeneo della terminologia settoriale (cfr. 3.4). Questo dato lascia supporre la potenziale utilità di tecnologie quali database terminologici o memorie di traduzione, ancora poco note presso le imprese locali.

Nel complesso, l'indagine sul territorio ha consentito di mappare le pratiche adottate dalle imprese locali e di fare luce sulle esperienze e sul punto di vista di rispondenti e intervistati. Questo vantaggio rappresenta tuttavia anche un limite. Le informazioni raccolte sono filtrate attraverso la prospettiva soggettiva dei rispondenti e tutto ciò che non è noto o non rilevante per gli intervistati rimane taciuto. Inoltre, non è possibile mettere in relazione le informazioni raccolte con i contesti aziendali specifici in cui opera ciascun soggetto. Le principali correlazioni tengono conto della suddivisione in PMI e grandi imprese ma non consentono di approfondire le peculiarità di ciascun ambiente aziendale. Lo studio di caso presentato nel capitolo seguente consente di arginare queste lacune analizzando i workflow traduttivi di un'impresa locale dall'interno. A differenza dell'indagine sul territorio, lo studio di caso è stato svolto adottando un metodo di stampo etnografico che ha

consentito un'analisi del processo traduttivo come “situato” in un contesto lavorativo reale. Attraverso note sul campo, estratti di interviste e rimandi testuali viene ricostruito l'operato quotidiano dei soggetti coinvolti nella produzione e traduzione di testi.

4. Studio di caso

In questo capitolo viene presentato lo studio di caso svolto presso un'impresa locale. Inizialmente viene fornita una descrizione generale del contesto osservato (cfr. 4.1), in particolare dei relativi workflow traduttivi (cfr. 4.1.1) e degli attori coinvolti (cfr. 4.1.2). In seguito, vengono analizzati separatamente il workflow traduttivo interno, in cui le traduzioni vengono svolte all'interno dell'impresa (cfr. 4.2), e il workflow esterno, in cui la traduzione dei testi viene esternalizzata e gestita in collaborazione con un'agenzia di traduzione (cfr. 4.3).

Di entrambi i workflow si descrivono le fasi principali, gli attori coinvolti e gli artefatti di cui questi si servono.⁸² Adottando una prospettiva “situata” (cfr. 1.1.1.2) di processo traduttivo, verranno illustrati i fattori che hanno un impatto sul processo traduttivo attuato dai traduttori interni, su quello gestito dall'ufficio marketing in collaborazione con i traduttori esterni e, in ultima analisi, sul prodotto finale.

4.1 Il contesto osservato

L'oggetto di studio è una grande impresa che conta oltre 500 dipendenti, 6 sedi estere e produce ed esporta prodotti vernicianti. Durante la permanenza al suo interno è stato possibile osservare i due workflow traduttivi gestiti rispettivamente dall'ufficio export e dall'ufficio marketing. Nella tabella seguente viene fornito un riepilogo dei soggetti osservati e/o intervistati. A ciascuno è stato assegnato un codice (riga 1) che verrà utilizzato nei paragrafi seguenti. Viene inoltre indicata la modalità di rilevazione dei dati⁸³ (riga 2) e il reparto di attinenza dei soggetti (riga 3).

Codice soggetto	P1	P2	P3	P4	P5
Rilevazione dati	<i>Shadowing</i> , intervista, conversazione informale	<i>Shadowing</i> , intervista, conversazione informale	<i>Shadowing</i> , conversazione informale	Conversazione informale	<i>Shadowing</i> , intervista, conversazione informale
Reparto di attinenza	Export	Export	Export	Export	Marketing

⁸² Per approfondire i diversi elementi del processo traduttivo (fasi, attori, artefatti, fattori esterni) da un punto di vista teorico si rimanda al paragrafo 1.2.2.

⁸³ Per una descrizione più approfondita delle modalità di rilevazione dati nell'ambito dell'osservazione partecipante si rimanda al paragrafo 2.4.2.3.

Tabella 6 - Soggetti osservati

P1, P2, P3 e P4 sono dipendenti dell'ufficio export e si occupano della traduzione di schede tecniche e circolari aziendali. Nel corso dell'osservazione è stato possibile analizzare da vicino il workflow relativo alla produzione delle schede tecniche multilingue e interagire con tutti e quattro i soggetti coinvolti. Lo *shadowing* è stato possibile con P1, P2 e P3, mentre le interviste sono state svolte unicamente con P1 e P2. Per quanto riguarda l'ufficio marketing, l'attenzione si è concentrata su P5, addetto alla gestione dei rapporti con le agenzie di traduzione. Durante la permanenza, è stato possibile osservare da vicino l'operato di P5 e le sue interazioni con un'agenzia di traduzione e i colleghi. P5 è stato inoltre intervistato.

I reparti export e marketing sono ben distinti sia da un punto di vista spaziale che organizzativo. L'ufficio export si trova al piano terra. I soggetti al suo interno sono addetti al *customer service* per i clienti esteri e alla gestione degli ordini internazionali. Tuttavia, le loro mansioni includono anche lo svolgimento di traduzioni da e verso cinque lingue straniere. I soggetti che svolgono traduzioni sono appunto P1, P2, P3 e P4, che traducono prevalentemente documentazione tecnica e circolari aziendali. P1, P2 e P3 hanno una formazione universitaria almeno triennale in ambito linguistico-traduttivo, mentre P4 ha frequentato un liceo linguistico. L'ufficio marketing si trova invece al primo piano e comprende diverse postazioni. La gestione del workflow traduttivo esterno è in mano a P5 e, più saltuariamente, a un suo collega. I documenti commissionati dall'ufficio marketing all'agenzia sono prevalentemente di natura pubblicitaria e comprendono i contenuti del sito web, le newsletter e le brochure.

4.1.1 I workflow traduttivi

Il grafico seguente mostra il workflow traduttivo interno, interamente in mano all'impresa:



Figura 23 - Workflow interno

Il workflow inizia con la redazione di una scheda tecnica da parte del reparto di *Product Development*, anche denominato dai dipendenti “ufficio tecnico”. Al suo interno i tecnici redigono le schede

tecniche⁸⁴ che accompagnano ciascun prodotto. La redazione delle schede è agevolata da un software gestionale di *Product Life Management* (in breve *PLM*). Si tratta di uno strumento a cui hanno accesso diversi reparti aziendali che supporta tutte le operazioni legate alla gestione del prodotto dalla realizzazione in laboratorio alla distribuzione finale. Una componente specifica del software PLM consente la compilazione delle schede tecniche, l'inserimento di una traduzione e il caricamento automatico in un portale a cui hanno accesso gli altri comparti aziendali, nonché clienti e fornitori. Il sistema consente di mantenere un determinato layout delle schede tecniche, un numero prestabilito di caratteri e di tradurre manualmente il contenuto delle schede in più lingue.

Per ogni scheda il sistema richiede l'inserimento delle seguenti informazioni:

- un codice di prodotto,
- una descrizione sintetica e una estesa nelle quali va riportata la denominazione del prodotto attenendosi a un numero specifico di caratteri,
- dati generali, come il settore d'impiego,
- le caratteristiche chimiche del prodotto,
- le istruzioni per l'uso.

La redazione è automatizzata solo in parte: il layout e il titolo delle singole sezioni sono preimpostati ma l'inserimento delle informazioni specifiche di ciascun prodotto avviene manualmente. Dopo la redazione, si passa alla traduzione. Questa viene svolta dall'ufficio export che, una volta formulata la traduzione, cancella il testo di partenza redatto all'interno del PLM e inserisce al suo posto la traduzione. Successivamente ha luogo una auto revisione o, più sporadicamente, una revisione da parte di altri colleghi. Una volta confermata, la traduzione viene automaticamente caricata su un portale visibile a clienti e fornitori.

Il workflow esterno, attuato dall'ufficio marketing in collaborazione con l'agenzia di traduzione, è più complesso sia in termini di fasi che di attori coinvolti:

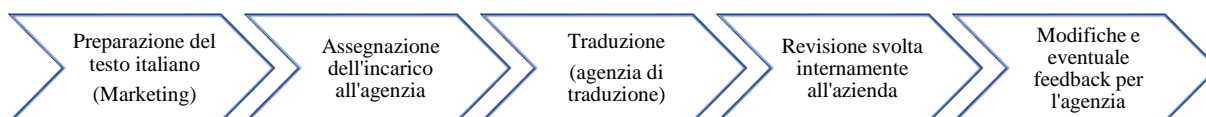


Figura 24 - Workflow esterno

⁸⁴ Il personale si riferisce alle schede tecniche utilizzando l'acronimo TDS, dall'inglese *Technical Data Sheet*. Questo acronimo verrà ripreso anche nella presente analisi.

L'obiettivo principale dell'ufficio marketing consiste nell'ampliare il numero di clienti in Italia e all'estero. Per raggiungere questo obiettivo, è necessario far conoscere l'impresa, il marchio e i relativi prodotti. Pertanto, i testi realizzati dall'ufficio marketing sono principalmente articoli per il sito web aziendale, brochure e newsletter da distribuire a cadenza regolare. Nella maggior parte dei casi l'ufficio crea un testo a partire dai manuali o dai documenti tecnici realizzati dall'ufficio tecnico ma li rielabora in base al canale di distribuzione (social media, e-mail o sito web) e ai destinatari (esperti o non esperti).

Successivamente il testo viene inviato a una agenzia di traduzione con cui l'impresa collabora regolarmente. La traduzione nelle diverse combinazioni linguistiche viene coordinata dal *project manager* dell'agenzia tenendo conto del tipo di incarico assegnato dall'azienda. Durante la fase di traduzione, il *project manager* può inoltrare a P5 eventuali domande di chiarimento da parte dei traduttori e informarlo sullo stato del processo. Il testo tradotto viene poi spedito a P5 nel formato richiesto. Una volta tornato in azienda, il testo viene talvolta sottoposto a revisione da parte del personale aziendale (cfr. 4.3.1.3) ed eventuali modifiche e feedback vengono comunicati al *project manager* dell'agenzia di traduzioni.

4.1.2 La rete di attori coinvolti

Gli attori che interagiscono in diverse fasi del processo di comunicazione specialistica e la complessità delle loro interazioni è stata evidenziata in diversi lavori di natura teorica e in alcuni studi sul campo (cfr. 1.2.2.2). Il caso qui preso in esame consente di analizzare la situazione lavorativa di una grande impresa e di ricostruire la rete di interazioni tra diversi attori. Le singole interazioni verranno descritte nel dettaglio nei paragrafi 4.2 e 4.3. Si consideri per il momento il grafico seguente, che offre una prima panoramica delle diverse interazioni suddivise in base alle fasi del processo in cui hanno luogo.

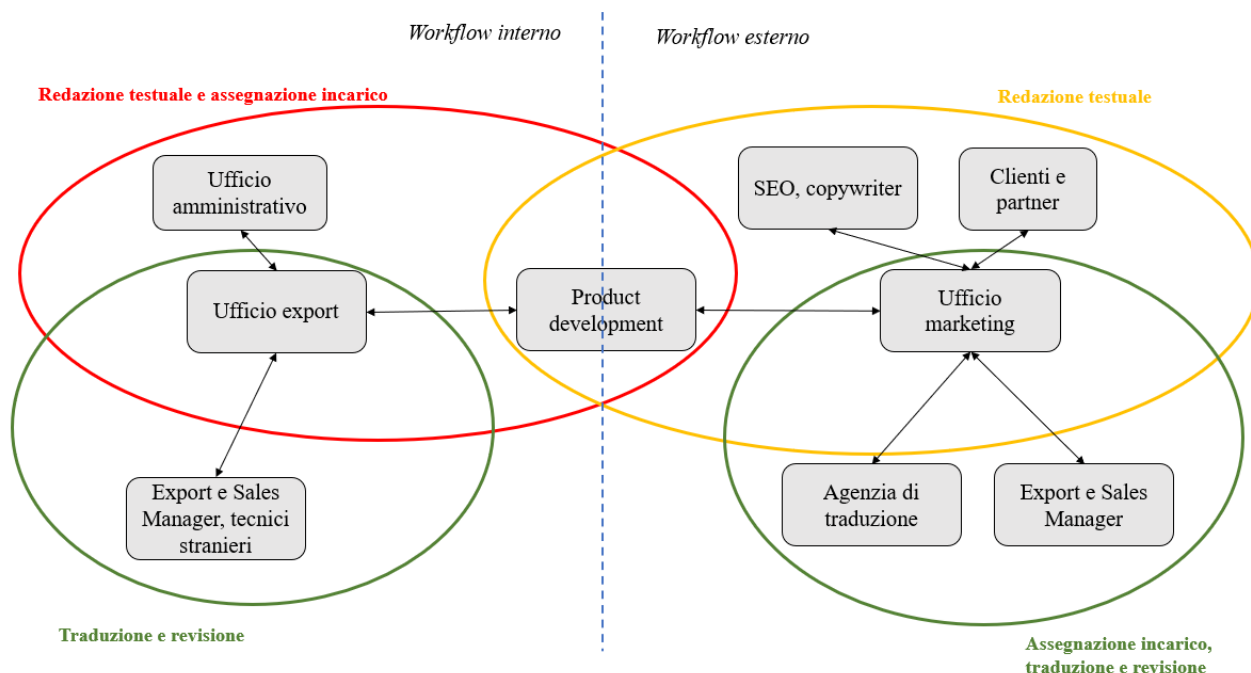


Figura 25 - Rete degli attori coinvolti⁸⁵

Sulla sinistra del grafico vengono rappresentati gli attori relativi al workflow traduttivo interno. I traduttori dell'ufficio export interagiscono di norma con l'ufficio di *product development* o con l'ufficio amministrativo, dai quali ricevono l'incarico di tradurre rispettivamente le schede tecniche o le circolari aziendali. Se necessario, i traduttori interni interagiscono durante la traduzione con *export manager*, *sales manager* e tecnici stranieri. Queste figure risiedono nelle sedi estere dell'impresa e hanno familiarità con i termini impiegati nei mercati di destinazione. I tecnici hanno inoltre conoscenze specialistiche relativamente al tema trattato nella documentazione tecnica. Le interazioni con queste figure consistono dunque nella richiesta di informazioni o nella revisione di termini o porzioni di testo.

Sulla destra del grafico vengono rappresentati gli attori relativi al workflow gestito dall'ufficio marketing in collaborazione con l'agenzia di traduzioni. Per quanto riguarda la fase di redazione testuale, l'ufficio interagisce con diverse figure, quali:

- a. l'ufficio di *product development*. Come anticipato, questo ufficio redige testi tecnici che vengono poi rielaborati dall'ufficio marketing.
- b. SEO e *copywriter*. L'impresa si affida a esperti di SEO⁸⁶ e a *copywriter* per la redazione di testi destinati al sito web. Gli esperti di SEO offrono una consulenza relativa, ad esempio, alle *keywords* da utilizzare nei contenuti web. Tali *keywords*, se selezionate in maniera da

⁸⁵ Il grafico è stato realizzato dall'autrice.

⁸⁶ SEO sta per *Search Engine Optimization* e consiste in un insieme di attività finalizzate a migliorare la visibilità di un sito o di una pagina web nei motori di ricerca.

rispecchiare le ricerche svolte dagli utenti in rete, possono migliorare il posizionamento e la visibilità del sito aziendale. I *copywriter*, anche detti redattori pubblicitari, producono alcuni dei contenuti destinati al sito web in modo che questi siano efficaci e in linea con l'immagine che l'impresa vuole veicolare.

- c. Clienti e partner. Può capitare che l'impresa produca testi in collaborazione con clienti o partner che hanno utilizzato con successo i suoi prodotti. Nei testi viene descritto in che modo hanno impiegato i prodotti e quale vantaggio ne hanno tratto. Questa partnership è vantaggiosa sia per il cliente che per l'impresa, poiché il cliente (spesso aziende terze) viene menzionato nel sito web dell'impresa e guadagna visibilità, mentre l'impresa ha modo di mostrare concretamente la qualità dei propri prodotti.

Durante la fase di traduzione e revisione, l'ufficio marketing interagisce in primo luogo con l'agenzia di traduzione. Come nel caso dell'ufficio export, è possibile che le interazioni coinvolgano anche gli *export manager* e i *sales manager*, che vengono spesso interpellati per valutare la correttezza della terminologia impiegata dai traduttori esterni.

Di seguito vengono presentati più in dettaglio il processo traduttivo attuato dai traduttori interni e, in seguito, la gestione delle traduzioni da parte dell'ufficio marketing in collaborazione con l'agenzia di traduzioni. Per ciascuno dei due workflow verranno descritte le modalità con cui i soggetti plasmano il processo traduttivo, nonché i fattori del contesto circostante che hanno un impatto sul loro lavoro. Come anticipato nel paragrafo 2.4.2, i dati provengono da note sul campo, trascrizioni di interviste e documenti aziendali.

4.2 Workflow interno

Nei paragrafi seguenti l'analisi del workflow interno viene suddivisa in tre dimensioni: le fasi del processo, gli attori coinvolti e il legame tra processo e prodotto.

4.2.1 Le fasi del processo

Di seguito vengono descritte quattro fasi del workflow interno e i fattori emersi dall'analisi qualitativa che hanno un impatto su di esse. Verranno trattate in particolare le seguenti fasi: lo smistamento degli incarichi traduttivi (cfr. 4.2.1.1), l'attività traduttiva nell'ecosistema aziendale (cfr. 4.2.1.2), la revisione (cfr. 4.2.1.3) e l'organizzazione finale dei testi tradotti (cfr. 4.2.1.4).

4.2.1.1 Lo smistamento degli incarichi traduttivi

La fase di smistamento delle traduzioni nell'ufficio export dell'impresa osservata è influenzata da elementi quali la strategia di gestione linguistica aziendale, la capacità produttiva dei singoli addetti, l'organico aziendale, le competenze del personale e i destinatari del testo. Questi elementi vengono trattati più in dettaglio nelle righe seguenti.

Il 21 ottobre 2020 seguo da vicino il lavoro di P2 che è responsabile dell'ufficio export. A P2 giungono la maggior parte delle richieste di traduzione da parte degli altri reparti. Per le schede tecniche, la traduzione viene richiesta tramite una notifica automatica che si genera quando un tecnico carica la scheda all'interno del PLM. Quando riceve la notifica relativa a una scheda tecnica, P2 apre la scheda per tradurla personalmente nel PLM o verifica la disponibilità da parte dei suoi colleghi. Durante l'osservazione noto che i tecnici non forniscono informazioni circa le lingue di destinazione. Queste ultime sono infatti già note a P2, che è a conoscenza della strategia di gestione linguistica stabilita anni addietro dall'impresa. La strategia consiste nel tradurre la documentazione tecnica nelle lingue delle filiali estere, aspetto che implica un notevole volume di traduzioni in cinque lingue straniere. Riguardo alla strategia linguistica, P2 spiega: “la priorità all'inglese...seconda priorità le lingue delle filiali” (INT_P2). Come si intuisce dalle parole di P2, la politica *de jure* dell'impresa non si rispecchia necessariamente nella pratica lavorativa *de facto* (cfr. 1.3.3). Come sostiene P1: “l'inglese c'è a prescindere. Quindi quando arriva la richiesta automatica si tende a farla subito, mentre per tedesco, spagnolo...le facciamo quando ci vengono richieste” (INT_P1). La priorità assegnata all'inglese rispecchia la necessità di trovare un compromesso tra la politica ufficiale aziendale e le esigenze del personale interno.

Rilevante è anche la “capacità produttiva” dei singoli dipendenti. Con questa espressione si vuole indicare il legame tra la mole di traduzioni che un dipendente può produrre e le risorse di cui egli dispone per raggiungere tale scopo. Con risorse si fa riferimento, ad esempio, al tempo a disposizione, a eventuali tecnologie che agevolano il lavoro e alla possibilità di ricevere assistenza dai colleghi in caso di bisogno. P2, che dirige l'ufficio export, sembra tener conto della capacità produttiva dei singoli dipendenti e del reparto complessivo nell'accettare le richieste provenienti dagli altri comparti aziendali: “la scadenza è sempre oggi per ieri. Io faccio un primo filtro. Mi rendo conto di come siamo messi e di che tipo di lavoro si richiede” (INT_P2). In seconda battuta, decide se accettare la richiesta e se affidarla ai propri colleghi o gestirla in prima persona. Ad esempio, riguardo a una richiesta di traduzione ricevuta il giorno precedente, spiega: “io avevo tempo, non l'ho inoltrata neanche, l'ho fatta io” (INT_P2).

La scelta di accettare o meno le traduzioni è influenzata anche dall'organico disponibile nell'ufficio export e, più in generale, nel gruppo aziendale. Il primo punto emerge durante l'intervista svolta con P1, a cui chiedo quanto tempo viene dedicato di norma alle traduzioni:

al momento molto poco perché abbiamo due colleghe in maternità quindi diciamo che il nostro lavoro principale ci sta richiedendo molto più tempo. In una situazione normale forse diciamo dalla mezz'ora a un'ora, un'ora e mezza al giorno. Un'ora forse ecco. Se è un momento abbastanza calmo, in cui il lavoro ce lo permette, un'ora e mezza gliela dedichiamo alle traduzioni. (INT_P1)

Come osserva P1, la presenza ridotta di personale non consente all'ufficio export di farsi carico come di consueto dei diversi incarichi traduttivi. Pertanto, si verifica una diminuzione dell'attività traduttiva, in modo che il personale dedichi più tempo alle altre mansioni quotidiane. Al contempo, un ruolo significativo gioca anche l'organico complessivo del gruppo aziendale. Questo dato emerge dalle parole di P2: “ora la filiale cinese è chiusa. Quindi qualche mini-traduzione specifica per la lingua cinese arriva direttamente a me” (INT_P2). Da questo estratto emerge come la presenza o assenza di organico con determinate competenze linguistiche può influire sulla distribuzione dell'attività traduttiva. Come constatato durante il mio soggiorno, P2 non traduce di norma verso il cinese. Sebbene conosca la lingua, preferisce affidarsi ai dipendenti madrelingua della filiale cinese.⁸⁷ Quando questi sono assenti, si innesca una redistribuzione del flusso traduttivo.

Nella fase di smistamento delle traduzioni giocano un ruolo anche le competenze linguistiche del personale interno. Mi viene spiegato che P1 conosce l'inglese, lo spagnolo e il tedesco, P2 l'inglese e il cinese, P3 l'inglese, il francese e il russo, P4 l'inglese, il tedesco e lo spagnolo. A eccezione dell'inglese, parlato da tutti i dipendenti dell'ufficio export, per altre lingue lo smistamento dipende dalle competenze linguistiche di ciascuno.

Un ultimo fattore rilevante è il destinatario. Una peculiarità degli uffici export complessi e strutturati come quello osservato è che ciascun dipendente gestisce i rapporti con un certo paese o mercato. Ciò comporta delle interazioni regolari e continuative con determinati clienti esteri. Questo fattore influisce sull'assegnazione delle traduzioni, come emerge dalle parole di P2: “solitamente la competenza linguistica va da sé che si associa a quella traduzione. [...] Per quanto riguarda un reclamo, lo traduce chi gestisce il cliente...perché solitamente un reclamo è specifico per un cliente” (INT_P2).

⁸⁷ I dipendenti di madrelingua cinese della filiale in Cina fungono dunque da *language nodes* (cfr. 1.2.2.2.1).

Dal presente paragrafo si evince come la fase di smistamento degli incarichi da parte della responsabile dell'ufficio export sia influenzata da numerosi fattori strettamente interconnessi e difficilmente generalizzabili a tutti gli incarichi traduttivi. Si noti inoltre come alcuni di questi fattori siano esterni, legati all'organizzazione nel suo complesso, mentre altri attengano più alla dimensione individuale dei singoli attori coinvolti. Tra i primi si annoverano ad esempio la strategia linguistica aziendale, l'organico del gruppo e i destinatari a cui l'impresa si rivolge. Come osservato, la strategia linguistica aziendale ha un impatto sulle lingue di destinazione e sul volume traduttivo ma non si rispecchia sempre nella pratica quotidiana. L'organico del gruppo e i destinatari incidono invece sulla scelta dei soggetti a cui affidare l'incarico. Tra i fattori legati ai singoli attori, vi sono la capacità produttiva e le competenze linguistiche che si riflettono rispettivamente sulla scelta di accettare o meno l'incarico e sulla selezione dei soggetti a cui affidarlo.

4.2.1.2 L'attività traduttiva nell'ecosistema aziendale

L'attività traduttiva in azienda è influenzata da diversi fattori. Di seguito vengono descritti quelli emersi più chiaramente dall'analisi qualitativa dei dati, in particolare: le competenze dei traduttori, la loro conoscenza, le risorse a cui hanno accesso, il grado di cooperazione con altri attori e il grado di coordinazione del lavoro. Gli ultimi due fattori riguardano le interazioni tra i diversi attori coinvolti nel processo e verranno trattati più in dettaglio nel paragrafo 4.2.2. In questo paragrafo l'attenzione verte sui primi tre fattori.

Il 28 ottobre 2020 P1 riceve la richiesta di traduzione di una scheda tecnica. L'incarico viene inoltrato tramite e-mail da P2. P1 accetta, accede al PLM, apre la scheda tecnica nell'area dedicata alla traduzione e ne legge il contenuto. Il PLM non consente una visualizzazione parallela del testo di partenza e di quello di arrivo. Per questo motivo P1 digita la traduzione sotto al testo in italiano, per poi cancellare quest'ultimo. Noto che la traduzione si svolge molto velocemente. P1 ha familiarità con il contenuto della scheda tecnica. Infatti, mi spiega, molti dei prodotti realizzati dall'impresa hanno caratteristiche o istruzioni d'uso simili. Per questo motivo è possibile che diverse schede tecniche contengano le stesse informazioni. Dalla velocità con cui P1 inserisce il testo di destinazione traspare una routine consolidata, nonché una certa familiarità con il tema trattato. Nella parte finale della scheda tecnica⁸⁸ compare la frase *Mescolare prima dell'uso*. Per tradurla, P1 consulta una sorta di frasario interno (Exp_fr3⁸⁹), ossia un documento Word condiviso dai dipendenti dell'ufficio e contenente decine di frasi in tedesco, inglese e francese. Dal momento che le schede tecniche dei

⁸⁸ La scheda tecnica viene analizzata più in dettaglio al paragrafo 4.2.3.

⁸⁹ Per una descrizione dettagliata dei codici relativi al materiale testuale analizzato si rimanda al paragrafo 2.4.2.1.

diversi prodotti hanno spesso contenuti simili e che l'impresa non dispone di CAT Tools internamente, i dipendenti hanno deciso di raccogliere così nel tempo le frasi utilizzate più frequentemente nelle diverse lingue in maniera da averle pronte all'uso e inserirle nelle traduzioni future. P1 apre quindi il frasario, si reca nella sezione relativa al tedesco e identifica velocemente la frase che le serve: *Vor Gebrauch mischen*. A questo punto copia la frase dal frasario e la incolla nell'editor sostituendo il testo in italiano con quello in tedesco. A traduzione conclusa rilegge il testo finale, salva la scheda tecnica tradotta e scrive a P2 per confermare il completamento del lavoro.

La descrizione appena presentata mostra come P1 si avvalga sia delle sue competenze che della sua conoscenza per gestire l'incarico nel miglior modo possibile. Con "competenze" si fa riferimento non solo alle competenze di natura linguistica ma anche a quelle tecnico-organizzative che emergono dalla familiarità con cui P1 utilizza lo strumento e gestisce il lavoro complessivo. Con "conoscenza" si fa riferimento al concetto di *knowledge in practice* illustrato in 1.2.1.5.3 e analizzato da Olohan (2017) all'interno del dipartimento di traduzione di un ente di ricerca. In maniera simile è possibile osservare come P1 utilizzi le seguenti forme di conoscenza situata:

- a. conoscenza situata nel tempo e nello spazio ("Knowing as Situated in Time and Place", cfr. 1.2.1.5.3): P1 mostra familiarità con la tipologia di testi trattati dalla sua impresa, sa quale reparto li ha redatti e quando. Conosce inoltre le attività dell'impresa in cui opera e i relativi prodotti.
- b. Conoscenza delle pratiche interne ("Knowing in Regimes of Doings and Sayings", cfr. 1.2.1.5.3): P1 conosce le modalità di smistamento delle traduzioni e l'organizzazione del lavoro nell'ufficio in cui opera.
- c. Conoscenza delle tecnologie impiegate (cfr. "Knowing as Materially Mediated", cfr. 1.2.1.5.3): P1 sa quale strumento deve impiegare per lo svolgimento dell'incarico, ne conosce le funzionalità e i limiti.

Riguardo al punto a, lo svolgimento delle traduzioni all'interno dello stesso ente che redige i testi comporta il vantaggio di conoscere il contesto in cui i testi vengono prodotti e di avere accesso diretto, in caso di bisogno, agli autori dei testi stessi. Va tuttavia sottolineato che le grandi imprese sono organizzazioni complesse, in cui i testi vengono prodotti da più reparti con esigenze e finalità diverse. I dipendenti dell'ufficio export devono dunque fare i conti con un'ampia gamma di tipologie testuali provenienti da diversi comparti aziendali: "magari in un giorno non traduciamo neanche una circolare però in un altro giorno traduciamo circolari, descrizioni etichette, traduciamo e-mail per qualcun altro, traduciamo dei reclami ufficiali, traduciamo TDS" (INT_P2).

Riguardo al punto b, il reparto ha sviluppato nel tempo delle buone pratiche finalizzate a una gestione più efficiente e coordinata degli incarichi traduttivi. Ciò emerge dalle modalità di

smistamento dei testi da tradurre, dalla condivisione di un frasario comune e dallo svolgimento collaborativo degli incarichi più corposi: “cerchiamo comunque di dividerci le attività, a meno che non si tratti di un lavoro lungo e corposo e allora se ci viene inoltrato un file, lo mettiamo in una cartella condivisa e poi man mano quotidianamente se si ha tempo si va a tradurre direttamente da là” (INT_P2).

Riguardo al punto c, alcune considerazioni a parte meritano gli artefatti di cui si avvalgono sul posto di lavoro i dipendenti dell’ufficio export. Nelle righe introduttive del presente paragrafo è stato utilizzato, più in generale, il termine “risorse”. In questo paragrafo è utile approfondire in particolare le “risorse materiali”, descrivendo in dettaglio gli artefatti di cui P1, P2, P3 e P4 si servono e come questi ne influenzano l’attività traduttiva. La tabella seguente mostra un riepilogo degli artefatti osservati sul posto di lavoro ed è stata strutturata riprendendo la classificazione proposta da Risku (2016:152–76) e riassunta al paragrafo 1.2.2.3.

Categorie	Artefatti
Artefatti a sostegno della comunicazione	Telefono Casella di posta elettronica Piattaforma di comunicazione
Artefatti per l’elaborazione degli incarichi traduttivi	Software di elaborazione testuale (Word) Software gestionale aziendale (PLM) Motori di ricerca sul web Dizionario cartaceo Frasario Glossari
Artefatti di natura amministrativa	-
Strumenti di <i>project management</i>	-
Artefatti per l’archiviazione	Cartelle Intranet

Tabella 7 - Artefatti del workflow interno

Gli artefatti a sostegno della comunicazione utilizzati da P1, P2, P3 e P4 nell’attività lavorativa quotidiana e, più in particolare, durante lo svolgimento delle traduzioni, sono apparecchi telefonici, caselle di posta elettronica e una piattaforma di comunicazione che consente di svolgere videochiamate e utilizzare una chat comune. La chat viene utilizzata anche per condividere risorse di ausilio alla traduzione: “abbiamo fatto una cartellina proprio... ‘traduzioni’ in cui abbiamo messo

tutte le risorse che abbiamo [...]. Abbiamo una chat interna e lo condividiamo anche lì. Anche ora, che spesso siamo in smart working, è un modo importantissimo per comunicare” (INT_P1).

Per quanto riguarda l’elaborazione degli incarichi traduttivi, P1, P2, P3 e P4 redigono solitamente la traduzione in Word. Un’eccezione sono le schede tecniche che, come osservato in precedenza, vengono tradotte all’interno del PLM. Quest’ultimo presenta vantaggi ma anche evidenti limiti. I vantaggi mi vengono illustrati da un tecnico, con il quale ho una conversazione informale il 29 ottobre 2020. Il tecnico mi spiega che il PLM è stato introdotto per agevolare l’intera catena produttiva e ha un impatto positivo anche sulla gestione delle traduzioni. In passato, gli addetti dell’ufficio export dovevano tradurre 16 diversi campi delle schede tecniche. Dal momento che le informazioni contenute in alcuni campi sono sempre le stesse (es. informazioni di sicurezza), queste sono state memorizzate nelle diverse lingue all’interno del PLM e vengono recuperate automaticamente dal sistema a ogni nuova traduzione. Il numero di campi da tradurre manualmente è stato così ridotto da 16 a 5. Tuttavia, P1 segnala che il sistema “potrebbe funzionar meglio. A volte è abbastanza lento” (INT_P1) e P2 che “non è come Word che magari ti evidenzia la parola se non è scritta bene. Il PLM non lo fa” (INT_P2). Inoltre, non trattandosi di uno strumento appositamente pensato per la traduzione, mancano funzioni come la ricerca di concordanze all’interno di memorie di traduzione o la possibilità di compilare e consultare database terminologici multilingue.

Come prevedibile, i dipendenti dell’ufficio export fanno un utilizzo massiccio dei motori di ricerca. Tra le risorse consultate più spesso per lo svolgimento delle traduzioni vi sono dizionari generali di lingua, banche dati di testi paralleli – in particolare *Reverso*⁹⁰ e *Linguee*⁹¹ – e risorse più specifiche, legate al settore della verniciatura. P1 si avvale ad esempio del sito *ColoriRAL.it*⁹² per comparare la denominazione dei colori RAL in diverse lingue. Anche P2 deve destreggiarsi con la terminologia del proprio settore in più lingue e adotta le seguenti strategie: “cerchi in primis di capire l’italiano. Semmai parli con il tecnico. Poi fai riferimento ad altre schede tecniche, alle schede tecniche dei competitor, ai siti internet dei competitor”.

Seguendo più da vicino P1, P2 e P3 ho inoltre constatato che tutti e tre si avvalgono di motori di traduzione automatica, in particolare di DeepL.⁹³ Di quest’ultimo viene utilizzata la versione gratuita, che non consente un’integrazione dei glossari dell’impresa, a differenza di quella a pagamento. I dipendenti non conoscono le tecniche di *pre-editing* e *post-editing*, ma sembrano attuare

⁹⁰ <https://context.reverso.net/traduzione/> (ultima consultazione 28/01/2023).

⁹¹ <https://www.linguee.de/> (ultima consultazione 28/01/2023).

⁹² <https://www.coloriral.it/> (ultima consultazione 28/01/2023). RAL sta per *Reichsausschuß für Lieferbedingungen und Gütesicherung*, una commissione tedesca che, nel 1927, ha codificato una raccolta di quaranta colori standard. Il sistema di colori è stato poi ampliato per arrivare a un totale di 213 colori diversi.

⁹³ <https://www.deepl.com/translator> (ultima consultazione 28/01/2023).

inconsapevolmente degli interventi di *post-editing*, poiché tendono a rileggere e correggere l'output del motore di traduzione automatica.

Altri strumenti, sia fisici che elettronici, utilizzati dai dipendenti durante lo svolgimento delle traduzioni sono i seguenti:

- a. un dizionario cartaceo presente in sede per la combinazione tedesco-russo,
- b. il frasario menzionato in precedenza (Exp_fr3) in formato elettronico disponibile sui computer dei dipendenti,
- c. due glossari multilingue, anch'essi in formato elettronico. Uno dei due glossari (Exp_gl1) contiene 41 termini legati ai difetti di verniciatura in quattro lingue. L'altro (Exp_gl2) raccoglie espressioni e termini legati alla verniciatura in generale. Sebbene comprenda una sezione per, rispettivamente, l'inglese, lo spagnolo, il portoghese, il tedesco e l'olandese, la maggior parte dei termini è in lingua inglese e spagnola.⁹⁴

Per quanto riguarda gli artefatti di natura amministrativa, non sono stati individuati strumenti o documenti per il tracciamento degli incarichi traduttivi o per finalità di *project management*. Ciò può essere dovuto al fatto che l'ufficio export non trae un guadagno dall'attività di traduzione e non è interessato a quantificare e monitorare il flusso traduttivo. Quando chiedo una stima esatta del tempo dedicato settimanalmente alle traduzioni, P2 fornisce delle indicazioni di massima: "io un paio di ore a settimana. Ma come ufficio nell'arco della giornata dedicheremo 20-30% del tempo".

Per quanto riguarda l'archiviazione dei testi tradotti, questi vengono salvati nelle cartelle locali oppure nei diversi portali dell'impresa. Un esempio è lo spazio *intranet*, ossia una rete privata aziendale nella quale è possibile consultare diversi documenti prodotti nel tempo dai reparti aziendali, tra cui le schede tecniche.

4.2.1.3 La revisione: valore aggiunto e limiti

Osservando in particolare P1 e P2, noto che le schede tecniche vengono revisionate solitamente dalla stessa persona che le ha tradotte. Riprendendo il modello di Gouadec e lo standard ISO menzionati al paragrafo 1.2.2.1.2, ha dunque luogo una auto revisione durante o al termine della traduzione. Nei giorni di osservazione, non ho notato il coinvolgimento di alcuna figura terza per la revisione finale e questo dato viene confermato dalle parole di P1: "rileggiamo...però non è che ogni volta lo faccio rileggere a una collega. Purtroppo, no" (INT_P1). Ciò può essere ricondotto a due fattori: le risorse materiali e le risorse umane presenti.

⁹⁴ Durante la permanenza in sede è stato registrato il seguente numero di termini per lingua: 162 per la combinazione italiano-inglese, 167 per italiano-spagnolo, 3 per italiano-portoghese, 48 per italiano-tedesco, 1 per italiano-olandese.

Per quanto riguarda le risorse materiali, un ruolo decisivo gioca lo strumento utilizzato dall'ufficio per lo svolgimento delle traduzioni. Il PLM consente di apportare modifiche alle schede solo prima che queste vengano salvate. Ciò può rivelarsi un limite se l'addetto si rende conto di un errore o di una imprecisione nel testo tradotto: “se io salvo una traduzione ma immediatamente mi accorgo di aver lasciato un campo, di aver fatto un errore, non posso andarla a correggere. Devo chiedere alla collega addetta⁹⁵ di staccarmi una nuova revisione della TDS e rifarla. Questo è un po' un limite” (INT_P1). Al contempo, per visualizzare e modificare le schede tecniche all'interno del PLM, bisogna disporre delle credenziali di accesso al sistema. I tecnici delle filiali estere, che potrebbero revisionare le TDS nelle lingue di destinazione, non le hanno. Per coinvolgerli sarebbe necessario salvare la scheda, esportarla in formato PDF, inviarla ai tecnici stranieri e poi inserire manualmente eventuali revisioni nel PLM. Questo limite, così come la difficoltà nell'apportare modifiche a una traduzione già salvata, sembrano scoraggiare un processo sistematico di revisione delle schede tecniche. Ciò emerge dalle parole di P2: “ad oggi abbiamo capito che è più veloce tradurle⁹⁶ noi internamente. È stato fatto a volte, tradurle, metterle in *draft*, farle visionare e poi completarle successivamente dopo la visualizzazione di un collega tedesco. Però è lungo, non è funzionale” (INT_P2).

Per quanto riguarda le risorse umane, l'impresa dispone, nelle filiali estere, di figure potenzialmente idonee ad attuare una revisione linguistica e/o contenutistica. Tuttavia, la revisione verrebbe svolta principalmente sulla lingua di arrivo, poiché la maggior parte dei tecnici stranieri non parla l'italiano. Inoltre, si è osservato come il coinvolgimento di tali figure sia fortemente limitato dalle caratteristiche del PLM. Più frequente è dunque una revisione da parte dei colleghi dell'ufficio export mentre la traduzione è ancora in corso. Questa pratica è incentivata dalla vicinanza spaziale delle postazioni di lavoro: “l'altra persona che parla il tedesco è vicino a me quindi ci capita di confrontarci per il tedesco” (INT_P1).

Dal quadro presentato emerge come la revisione non venga sfruttata appieno come strumento di ottimizzazione del testo finale. Sebbene l'impresa in questione disponga di personale straniero potenzialmente coinvolgibile in fase di revisione, le difficoltà tecnico-organizzative riscontrate sembrano scoraggiare l'implementazione sistematica di buone pratiche di revisione e *proofreading*.

⁹⁵ P1 fa riferimento alla collega addetta alla gestione del PLM.

⁹⁶ P2 fa riferimento alle schede tecniche.

4.2.1.4 L'organizzazione finale dei testi tradotti internamente

Un buon modo per favorire il riutilizzo dei testi tradotti è senza dubbio il ricorso a memorie di traduzione, database terminologici o, più in generale, testi paralleli. Durante la mia permanenza presso l'impresa ho constatato l'assenza di risorse di questo tipo ma ho avuto modo di registrare altre modalità di riutilizzo del materiale tradotto da P1, P2, P3 e P4. Anche in questo caso un ruolo decisivo lo giocano le risorse materiali di cui dispone l'ufficio, in particolare i testi di riferimento e i portali aziendali.

Per quanto riguarda i testi di riferimento, sono stati già menzionati nel paragrafo 4.3.1.2 i glossari e il frasario di cui si avvalgono i dipendenti dell'ufficio. Nelle giornate di *shadowing* ho notato in particolare la consultazione del frasario Exp_fr3 da parte di P1. Tale consultazione non era però accompagnata da un aggiornamento dello stesso finalizzato alla memorizzazione di termini ed espressioni per le traduzioni future. Ciò può essere dovuto sia alla ripetitività dei testi tradotti, che raramente pongono P1, P2, P3, P4 di fronte a frasi o termini completamente nuovi,⁹⁷ ma anche alla mancanza di tempo da investire in una strutturazione più rigorosa dei glossari.

Una seconda forma di organizzazione della documentazione multilingue è rappresentata da uno dei portali aziendali a cui hanno accesso i diversi reparti dell'organizzazione. Come anticipato (cfr. 4.1.1), le schede tecniche, una volta tradotte, vengono condivise su un portale a cui hanno accesso anche gli altri reparti aziendali. A livello informatico, l'infrastruttura si configura come uno spazio intranet messo a disposizione dei dipendenti e dei loro collaboratori e isolato dalla rete Internet esterna. Al suo interno, i dipendenti possono caricare e condividere la documentazione aziendale. In uno spazio apposito della rete intranet i dipendenti possono consultare tutte le schede tecniche prodotte nel corso degli anni in italiano e tradotte nelle lingue di arrivo. La ricerca può essere circoscritta selezionando determinate lingue o inserendo il codice di un certo prodotto. In questo secondo caso, il sistema recupera tutta la documentazione relativa al prodotto cercato. Una pratica osservata sia presso l'ufficio export che presso l'ufficio marketing consiste nell'inserire il codice di un prodotto nell'apposito spazio di ricerca, al fine di recuperare le relative schede tecniche e confrontare le denominazioni dei prodotti nelle diverse lingue. Questa strategia mostra come, a partire dalle risorse materiali disponibili sul posto di lavoro, i soggetti traggono vantaggio dal proprio patrimonio di testi e lo impiegano come risorsa per chiarire dubbi e per riutilizzare denominazioni attestate nella propria documentazione.

⁹⁷ Come spiega P1: "Le frasi ormai sono standard quindi le sappiamo a memoria" (INT_P1).

4.2.2 Gli attori coinvolti

Nei paragrafi 4.2.2.1 e 4.2.2.2 vengono presentati più da vicino gli attori coinvolti nel processo di traduzione. L'attenzione verterà in un primo momento sugli addetti alle traduzioni, di cui vengono descritti i compiti e il grado di *expertise*. Successivamente, verranno approfondite le interazioni che intercorrono tra gli addetti alle traduzioni e i loro collaboratori.

4.2.2.1 Non professionisti 'esperti'

Riprendendo la definizione di Antonini et al. (2017a, cfr. 1.2.2.2.1) i traduttori professionisti sono di norma soggetti assunti appositamente per svolgere un determinato lavoro secondo un codice etico e degli standard precisi. Godono, inoltre, di un certo prestigio sociale legato al proprio status professionale. Alla luce di quanto descritto nei paragrafi precedenti, è evidente che gli impiegati-traduttori osservati non possano considerarsi veri e propri traduttori professionisti.

Ciò emerge principalmente dalla natura collaterale e saltuaria dell'attività traduttiva che svolgono. Questo dato emerge, ad esempio, dalle note sul campo dell'8 febbraio 2021, quando segue l'operato di P3. Nel corso della mattinata, registro le seguenti attività:

- a. conferma dell'imbarco di alcuni prodotti destinati all'estero,
- b. redazione di una fattura proforma,
- c. verifica della disponibilità di alcuni prodotti in magazzino,
- d. riunione con un collega per discutere l'aumento di prezzo da applicare ad alcuni prodotti.

Può capitare, in giornate come quella appena descritta, che P3 e i suoi colleghi non svolgano alcuna traduzione e si concentrino unicamente sulle loro mansioni principali. La natura collaterale dell'attività traduttiva si evince anche dalle parole di P2, che descrive l'operato dell'ufficio come segue:

sono responsabile dell'ufficio estero [...]. Oltre alle attività del *customer service*, quindi gestione ordine clienti, dalla ricezione dell'ordine all'emissione delle fatture e quindi della merce, facciamo anche altre attività correlate alle competenze linguistiche, quali traduzioni. (INT_P2)

La descrizione delle traduzioni come "attività correlate alle competenze linguistiche" lascia supporre che le competenze traduttive e quelle linguistiche non vengano distinte chiaramente all'interno dell'azienda, in maniera simile a quanto avviene in altre imprese marchigiane (cfr. 3.3.2.1). Al

contempo P2 è consapevole che trattare la traduzione come un'attività secondaria non sia necessariamente una scelta vantaggiosa:

putroppo, noi vogliamo stare ovunque. Vogliamo lavorare ovunque. Purtroppo, e per fortuna chiaramente. Abbiamo un fatturato sempre più crescente all'estero [...] e di conseguenza siamo tempestati di richieste di materiale in quella lingua specifica [...]. Sappiamo che volendo andare in quella direzione dovremo avere sempre più materiale aggiornato in tutte le lingue. Ma non è un tipo di attività che può essere svolto da un ufficio che fa altro. (INT_P2)

Dalle parole di P2 emerge anche una caratteristica che contraddistingue il traduttore situato in un contesto aziendale rispetto, ad esempio, a un traduttore *freelance*. Nell'impresa in questione ci si aspetta che l'ufficio export svolga traduzioni per gli altri reparti e si verifica dunque una frizione tra quello che gli impiegati-traduttori *vorrebbero* e quel che *devono* fare. Ciò non va tuttavia considerato come una forma di esercizio di potere dall'alto, quanto il risultato di diverse concezioni dell'attività traduttiva e dell'impegno che questa comporta. I non addetti ai lavori, non conoscendo le difficoltà legate alla traduzione, si rivolgono in caso di bisogno alle figure che internamente "parlano le lingue" e vengono dunque ritenute idonee a svolgere traduzioni.

Tornando alla definizione di Antonini et al. (2017), i professionisti godono inoltre di riconoscimento sociale per l'attività che svolgono e operano secondo un codice etico e degli standard precisi. Questo non sembra il caso degli impiegati-traduttori osservati, che non guadagnano particolare prestigio per l'attività traduttiva che svolgono. Ciò si può ricondurre, ancora una volta, al fatto che la traduzione stessa non gode di una sua autonomia e riconoscimento nell'ecosistema aziendale. Si osserva inoltre che P1, P2, P3 e P4 non operano secondo standard di settore precisi. Tuttavia, come osservato in 4.2.1, hanno sviluppato nel tempo delle pratiche condivise e, grazie a diverse strategie e forme di competenza e conoscenza, plasmano al meglio delle loro possibilità il processo traduttivo.

Un termine che ben si presta a descrivere P1, P2, P3 e P4 è *routine experts*, anticipato nel paragrafo 1.2.2.2.1. I cosiddetti *routine experts* sviluppano nel tempo buone capacità di *problem-solving* grazie alla familiarità che acquisiscono con attività di natura ripetitiva e costante. Non si tratta di una forma piena di *expertise*, poiché quest'ultima è piuttosto il risultato della pratica intenzionale, finalizzata al miglioramento della performance, e implica l'abilità di affrontare con successo compiti nuovi con cui il soggetto non ha familiarità. P1, P2, P3, P4 hanno plasmato nel tempo delle routine condivise soprattutto nella gestione e traduzione delle schede tecniche (cfr. 4.2.1). Tuttavia, la

traduzione di tipologie testuali più complesse con cui hanno meno familiarità li pone di fronte a vere e proprie sfide, come emerge dalle parole di P1:

il problema principale io lo trovo quando mi trovo a tradurre corrispondenza legale. Non essendo un traduttore professionista e non essendo proprio specializzato in quel settore trovo particolare difficoltà [...]. Una volta mi è stato chiesto di tradurre una lettera destinata a un avvocato. In quel caso [...] non me la son sentita. (INT_P1)

Dal quadro appena presentato emerge la complessità del lavoro svolto dagli impiegati-traduttori dell'ufficio export. Questi ultimi si confrontano con tutte le sfide tipicamente connesse all'attività traduttiva e, in maniera simile ai traduttori professionisti, P1, P2, P3 e P4 devono fare i conti con varie tipologie testuali, con le esigenze di committenti diversi e con le difficoltà legate alla gestione del workflow traduttivo. Tuttavia, a differenza dei traduttori professionisti, operano in un ambiente non pensato per la fornitura di servizi linguistici e sono fortemente influenzati dalle risorse disponibili presso l'azienda in cui lavorano.

4.2.2.2 L'interazione con i colleghi sul posto di lavoro

I soggetti con cui P1, P2, P3 e P4 interagiscono durante il processo traduttivo sono principalmente gli "informatori" e gli "autori dei testi" (cfr. 1.2.2.2). Nel primo caso si fa riferimento ai soggetti a cui il team dell'ufficio si rivolge in caso di dubbi e domande durante l'attività traduttiva mentre, nel secondo caso, agli autori dei testi da tradurre. In entrambi i casi è possibile osservare diverse forme e diversi gradi di cooperazione che hanno un impatto diretto o indiretto sul processo traduttivo e sul prodotto finale.

Un primo esempio di cooperazione è la richiesta di chiarimento inoltrata da P1 il 12 novembre a un tecnico tedesco. P1 mi mostra un documento contenente un elenco di prodotti aziendali in italiano che confluirà in diverse schede tecniche e, insieme, ci interroghiamo sulla corretta traduzione di alcuni termini destinati alle schede di lingua tedesca. Per chiarire i dubbi relativi alla terminologia tedesca, P1 decide di chiedere maggiori informazioni a un tecnico della filiale in Germania e redige la seguente e-mail:

Hallo XXX,

Wir arbeiten an einem Projekt zur Übersetzung von [...] TDS und brauchen deine Hilfe:

SPERRGRUND oder ISOLIERMITTEL oder ISOLIERGRUND, was ist das richtige Wort auf Deutsch?

BESCHLEUNIGER oder AKTIVATOR, was ist das richtige Wort auf Deutsch?

(Exp_Msg2 – P1)⁹⁸

Il tecnico risponde alla mail dopo circa un'ora e mezza indicando, per ciascuna alternativa, il termine che ritiene più corretto (rispettivamente *Isoliergrund* e *Beschleuniger*). Non fornisce delucidazioni o spiegazioni dettagliate ma si limita a inoltrare la stessa mail di P1, indicando il termine tedesco a margine e aggiungendo:

Hallo XXX,

gerne helfe ich. Wenn Du noch mehr brauchst, melde Dich

(Exp_Msg2 – tecnico)⁹⁹

Da questo scambio di e-mail saltano all'occhio sia la mancanza di contesto relativo ai termini forniti da P1 che l'assenza di argomentazioni e spiegazioni a sostegno delle proposte terminologiche avanzate dal tecnico. L'interazione va tuttavia analizzata alla luce della tipologia di testo tradotto e del più ampio contesto in cui i due soggetti operano. Come anticipato, il testo discusso da me e P1 non era altro che un documento contenente un elenco di denominazioni di prodotti dell'impresa. Già in partenza P1 non aveva dunque a disposizione un vero e proprio co-testo. Al contempo, P1 e il tecnico tedesco operano all'interno di una macro-comunità aziendale della quale conoscono servizi e prodotti. La risposta sintetica del tecnico può dunque essere dovuta a una buona familiarità con i prodotti aziendali che gli consente di individuare velocemente la denominazione più corretta nella sua lingua madre. P1, d'altra parte, considera il tecnico della filiale tedesca una fonte autorevole e affidabile e decide di adottare i termini da lui proposti.

La scelta di P1 di interagire con un informatore esterno ha un impatto sul processo traduttivo e sul prodotto finale sotto diversi punti di vista. In primo luogo, l'interazione stessa comporta per P1 un'interruzione del lavoro in corso e una riorganizzazione dello stesso, come illustrato nella figura sottostante:

⁹⁸ “Ciao XXX, lavoriamo a un progetto per la traduzione delle TDS e ci serve il tuo aiuto. SPERRGRUND o ISOLIERMITTEL o ISOLIERGRUND, qual è la parola giusta in tedesco? BESCHLEUNIGER o AKTIVATOR, qual è la parola giusta in tedesco?” (traduzione dell'autrice).

⁹⁹ “Ciao XXX, aiuto volentieri. Fammi sapere se ti serve altro” (traduzione dell'autrice).

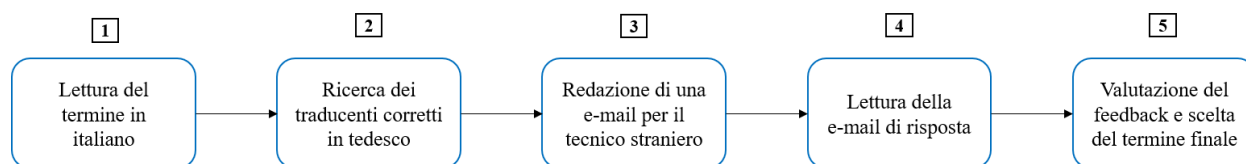


Figura 26 - Ricerca del traduttore da parte di P1 e interazione con il tecnico

Alla fase 2 del processo, P1 non individua alcun traduttore convincente e si innesca un processo secondario che vede il coinvolgimento di una seconda figura. Il processo potrebbe idealmente proseguire anche dopo la fase 5, laddove P1 ritenesse necessario approfondire ulteriormente i feedback ricevuti, chiedere maggiori chiarimenti o coinvolgere altri soggetti. L'interazione ha inoltre un impatto indiretto sul prodotto finale. Il parere fornito dal tecnico può essere considerato, riprendendo il concetto di *lenkende Einflüsse* proposto da Schubert (cfr. 1.2.2.4), un fattore di influenza sulle scelte prese dal traduttore. In questo caso P1 restringe la rosa di traduttori possibili (*Sperrgrund, Isoliermittel, Isoliergrund* nel primo caso e *Beschleuniger, Aktivator* nel secondo caso) ai soli termini indicati dal tecnico (ossia *Isoliergrund* e *Beschleuniger*) e li inserisce nel testo finale.

Una seconda tipologia di interazioni ha luogo tra i traduttori e gli autori del testo. Dal momento che la traduzione viene svolta nella stessa organizzazione che produce i testi, non di rado gli autori dei testi sono anche i committenti stessi dell'incarico. La compresenza nello stesso ambiente degli autori comporta per i traduttori il vantaggio di potersi rivolgere a loro in caso di dubbi sul testo di partenza. Al contempo, è proprio dalle interazioni con gli autori dei testi in qualità di committenti che hanno origine alcune frizioni che hanno un impatto sull'attività traduttiva quotidiana dei soggetti osservati. Un esempio sono le richieste urgenti di traduzioni, viste con occhio critico da P1:

il problema principale è il tempo. Perché, ecco, capita che ti arriva una richiesta di venerdì alle 16:50 di una traduzione lunga e ti chiedono "mi serve subito" [...]. Magari è una traduzione dall'italiano al tedesco [...]. Quindi il tempo è assolutamente la difficoltà principale perché si pretende sempre una velocità che cozza con una traduzione fatta bene [...]. Viene redatta una TDS e si dà per scontato che immediatamente noi siamo lì per tradurla in tutte le lingue del mondo quando in realtà non è possibile. O perlomeno se avessimo fatto soltanto questo lavoro sì. (INT_P1)

Gli attriti derivanti da richieste di questo tipo sono legati anche alla percezione dell'incarico traduttivo come elemento di disturbo dell'attività lavorativa principale. Il termine "disturbo" è ripreso dallo studio condotto da Kuznik e Verd (2010:39, cfr. 1.2.1.5.3) presso un'agenzia di traduzione e qui

utilizzato per fare riferimento agli elementi dell'ambiente in cui operano P1, P2, P3 e P4 che causano una temporanea interruzione del loro flusso di lavoro. Rispetto a quanto descritto da Kuznik e Verd, si assiste in azienda a un capovolgimento. Mentre nell'agenzia di traduzione la gestione delle traduzioni rappresenta l'attività lavorativa principale, nel caso osservato sono proprio le richieste di traduzione a generare un'interruzione dell'attività lavorativa dei dipendenti. Più in generale si evince una scarsa consapevolezza da parte degli altri comparti aziendali delle criticità legate all'attività traduttiva, aspetto che comporta per i traduttori interni un grado non sempre ottimale di cooperazione da parte degli altri attori coinvolti. Ciò si evince anche dalle tecnologie impiegate internamente per la traduzione e dalle modalità di redazione del testo di partenza. Per quanto riguarda le tecnologie impiegate internamente, P1 spiega che:

sono anni che premo per fare una memoria di traduzione. Quella sarebbe un aiuto enorme per noi, più di un traduttore automatico [...]. Continuerò a premere per la memoria di traduzione ma purtroppo chi non è del settore, chi non lo fa tutti i giorni, non ne capisce l'importanza. (INT_P1)

P1 ha già utilizzato in passato dei CAT Tools e ritiene che possano essere un valido ausilio all'attività traduttiva dell'ufficio export. Al contempo, sa bene che il personale aziendale non ha familiarità con questo tipo di tecnologie e non ne vede dunque il potenziale. Di conseguenza, la priorità viene assegnata a tecnologie di più ampio respiro, non pensate appositamente per lo svolgimento delle traduzioni ma a sostegno di altri processi aziendali (p.es. il PLM).

Per quanto riguarda il legame tra la scarsa consapevolezza delle difficoltà legate alla traduzione e le modalità di redazione del testo di partenza, è opportuno tornare brevemente al concetto di *übersetzungsgerechte Dokumentationserstellung* anticipato nel paragrafo 1.2. Con questa espressione si fa riferimento alle misure implementate in fase di redazione e finalizzate ad agevolare la successiva traduzione del testo di partenza.¹⁰⁰ Questa pratica riguarda soprattutto la documentazione tecnica e consiste, ad esempio, nella formulazione di frasi concise e nell'utilizzo standardizzato di una terminologia chiara e univoca. L'impresa osservata ha adottato misure finalizzate a uniformare il più possibile le schede tecniche (cfr. 4.1.1) ma tali misure riguardano principalmente il layout e solo alcuni dei campi del documento. Altri campi restano a compilazione libera, aspetto che può comportare un certo grado di variabilità nei contenuti inseriti manualmente da

¹⁰⁰ Nei paesi di lingua tedesca si parla di "übersetzungsgerechtes Schreiben" (cfr. Drewer e Ziegler 2014; Ferlein e Hartge 2008:33). La redazione finalizzata alla traduzione mira anche, nei casi in cui l'incarico traduttivo venga esternalizzato, ad abbattere i costi di traduzione.

tecniche con stili di scrittura diversi. A questo proposito, P1 osserva: “a volte ci capitano periodi in italiano molto lunghi senza punteggiatura. Quindi a volte ci è capitato di dover chiedere al tecnico di spiegare una certa cosa o di chiarire un'ambiguità” (INT_P1).

L'ambiguità di cui parla P1 non riguarda solo la sintassi ma anche la terminologia impiegata dai tecnici. Per illustrare questo secondo aspetto, di seguito verranno presentati due casi di utilizzo ambiguo della terminologia osservati e il relativo impatto sulla traduzione.

Il primo caso riguarda un nome comune utilizzato dai tecnici per fare riferimento a una tipologia specifica di prodotti aziendali. Si tratta del sostantivo “inchiostro”, individuato nel documento contenente l'elenco di prodotti menzionato all'inizio del presente paragrafo. L'impresa non produce inchiostri da scrittura o stampa e, per capire di cosa si tratti, P1 e io chiediamo chiarimenti a un tecnico italiano. Quest'ultimo risponde:

Sono dei coloranti perché si usano per creare delle tinte in trasparenza.

È solo un nome “evocativo” di un prodotto conosciuto al di là del mondo della verniciatura e che fa capire che tipo di prodotto sia anche ai non addetti ai lavori.

(Exp_Msg1)

In altre parole, “inchiostro” è un termine scelto dai tecnici per fare riferimento a una tipologia di coloranti contenuti in tinte che si contraddistinguono per un'elevata trasparenza e brillantezza e vendute anche a soggetti non esperti in materia di verniciatura. La scelta risulta tuttavia problematica sotto due punti di vista. In primo luogo, il termine risulta poco “trasparente” (cfr. 1.3.5, Schmitz e Straub 2016:21) e genera un rimando ambiguo alla tipologia di prodotti in questione. In secondo luogo, tale ambiguità non agevola la fase di traduzione secondo un'ottica di *übersetzungsgerechte Dokumentationserstellung*. Non sapendo di quale prodotto si tratti, il traduttore è costretto a indagare più a fondo, a chiedere chiarimenti e a cercare un equivalente adeguato o altrettanto ‘evocativo’ nella lingua di destinazione. Questo aspetto rallenta il flusso traduttivo e crea terreno fertile per eventuali fraintendimenti.

Una seconda criticità terminologica è legata proprio al termine *colorante*. Consultando i glossari dell'ufficio export (Exp_gl1 ed Exp_gl2) e confrontandoli con P1 noto che vengono impiegati in tedesco due diversi traduttori in maniera sinonimica: *Farbmittel* e *Farbstoff*. Per capire se si tratti effettivamente di sinonimi, consulto lo standard ISO 4618 (2014) legato al mondo delle vernici e dei coloranti. La seguente mappa concettuale mostra il legame tra i diversi termini a partire dalle definizioni fornite nello standard.¹⁰¹

¹⁰¹ Si rimanda alle definizioni 2.60 (*Farbmittel*), 2.90 (*Farbstoff*) e 2.193 (*Pigment*) dello standard ISO.

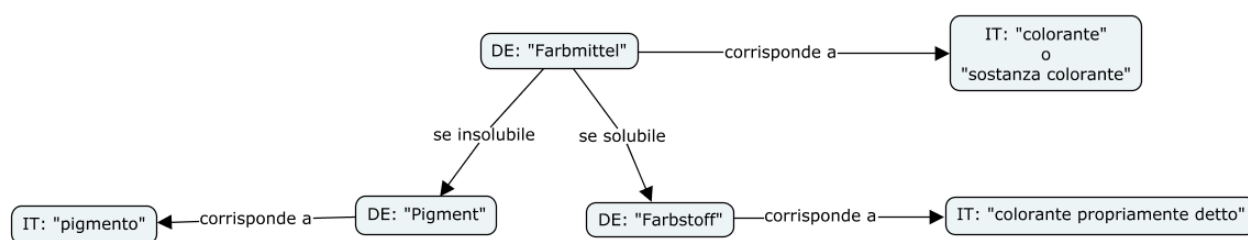


Figura 27 - Mappa concettuale di disambiguazione

Come si evince dall'immagine, esistono due tipi di *colorante* (*Farbmittel*): il pigmento (*Pigment*), che è insolubile, e il *colorante propriamente detto* (*Farbstoff*),¹⁰² che è invece solubile. La criticità in italiano è data dall'utilizzo polisemico del termine *colorante*. Con *colorante* i tecnici fanno riferimento in alcuni casi a entrambi i tipi di *sostanze coloranti* oppure, in altri casi, ai *coloranti propriamente detti*. Una possibile disambiguazione potrebbe consistere nell'impiegare il termine complesso *sostanza colorante*, quando si fa riferimento alla macrocategoria di prodotti, e *colorante* o *colorante propriamente detto* quando si fa riferimento ai soli coloranti solubili.

A complicare ulteriormente il quadro terminologico appena illustrato, vi è l'utilizzo del termine *colorante* per fare riferimento, nel parlato, anche a un'ulteriore categoria di prodotti: le *tinte*. Queste ultime sono prodotti vernicianti che contengono *coloranti propriamente detti* e che penetrano nel legno, colorandolo senza nascondere la venatura. Le tinte hanno dunque una funzione 'colorante' e la funzione stessa diviene talvolta in azienda il termine identificativo di questa tipologia di prodotti. Non si tratta tuttavia di coloranti veri e propri. Questi prodotti meriterebbero un traduttore ancora diverso, ossia *Holzbeize*.¹⁰³ Dagli esempi appena illustrati si evince come la pratica orale quotidiana, che tende a sedimentarsi nello scritto, alimentano e consolidano l'utilizzo polisemico del termine.

L'utilizzo ambiguo dei termini descritto negli esempi sopra citati lascia trasparire non solo una cooperazione non ottimale tra i diversi soggetti ma anche un basso grado di coordinazione della fase di redazione con quella di traduzione. Con "cooperazione" si fa qui riferimento alla volontà e disponibilità a collaborare per il raggiungimento di un obiettivo comune. Questa volontà è fortemente influenzata, come osservato in precedenza, dalla familiarità che ciascun attore ha con il tipo di lavoro svolto dagli altri soggetti. Con "coordinazione" si intende invece la gestione del processo complessivo e delle sue sottofasi, nonché della comunicazione tra i diversi soggetti coinvolti.

¹⁰² Per quanto riguarda la differenza tra colorante e pigmento in italiano, si rimanda alla voce "colorante" dell'Enciclopedia Sapere.it (<https://www.sapere.it/enciclopedia/colorante.html>, ultima consultazione 28/01/2023).

¹⁰³ "penetrierende Zubereitung, die einen Farbstoff enthält, der die Farbe einer Holzoberfläche verändert, im Allgemeinen transparent und nicht filmbildend" (ISO 4618, voce n.2.282).

4.2.3 TDS: il prodotto nel processo

Il presente paragrafo approfondisce ulteriormente il legame tra il prodotto della traduzione e il processo che porta alla sua creazione nel contesto osservato prendendo come esempio la scheda tecnica tradotta da P1 come descritto al paragrafo 4.2.1.2. La scheda in questione riguarda una finitura per legno ed è stata tradotta dall'italiano al tedesco. I campi nel riquadro rosso sono quelli a compilazione libera, il cui contenuto va inserito manualmente dai tecnici. Per quanto riguarda gli altri campi, le informazioni vengono generate automaticamente dal sistema a partire da un database interno multilingue.¹⁰⁴



Descrizione Estesa Descrizione tecnica 	FINITURA POLIURETANICA BIANCA OPACA 20 GLOSS Finitura poliuretanic bianca opaca, 20 gloss. Base per pigmentati.	Ausführliche Beschreibung Technische Beschreibung 	WEIßER MATTER POLYURETHAN DECKLACK 20 GLOSS Weißer matter Polyurethan-Decklack 20 Gloss. Basis für pigmentierte Produkte.
Dati generali		Allgemeine Daten	
Settore d'impiego	<input checked="" type="checkbox"/> Arredi da interno <input checked="" type="checkbox"/> Complementi d'arredo da interno	Einsatzgebiet	<input checked="" type="checkbox"/> Einrichtungsgegenstände für Innenräume <input checked="" type="checkbox"/> Einrichtungszubehör für Innenräume
Aspetti caratterizzanti	Ottima/o Ottima/o	Hauptmerkmale	Hervorragend Hervorragend
	Uniformità di opacizzazione Potere coprente		Gleichmäßigkeit der Mattierung Belag
Caratteristiche chimico fisiche		Physikalisch-chemische Eigenschaften	
Note aspetto	Liquido bianco	Hinweise zum aussehen	Weißer Flüssigkeit
Residuo Secco %	65.0 ± 2	Festkörpergehalt %	65.0 ± 2
Opacità	20 gloss ± 3.0	Glanzgrad	20 gloss ± 3.0
Istruzioni per l'uso		Gebrauchsanweisung	
Istruzioni per l'uso	Mescolare prima dell'uso.	Gebrauchsanweisungen	Vor Gebrauch mischen
Pigmentabilità	Il prodotto è pigmentabile, fare riferimento al manuale "Pigmentati" o chiedere all'assistenza tecnica.	Pigmentierbarkeit	Das Produkt ist pigmentierbar, lesen Sie die Gebrauchsanleitung "Pigmentierte Produkte" oder fragen Sie den Kundendienst.

Figura 28 - Esempio di scheda tecnica

Come sostiene Schubert (cfr. 1.2.2.4), diversi fattori esterni hanno un impatto sulle decisioni prese dai soggetti coinvolti nel processo di comunicazione specialistica e si ripercuotono, in seconda battuta, su quattro dimensioni della comunicazione specialistica: il contenuto, la forma linguistica, il mezzo tecnico e il processo lavorativo (cfr. Schubert 2007:248–59). Schubert (2009b:26) ritiene inoltre che: “technical-translation process and its workpieces quite often are steered by controlling influences which were not active in the translation process itself, but in the preceding technical-writing process”. L'analisi del testo in questione conferma queste osservazioni, poiché molte delle caratteristiche del testo tradotto derivano da decisioni prese in fase di redazione e dalle caratteristiche

¹⁰⁴ Il database in questione non è altro che una raccolta di parole e brevi frasi allineate in più lingue. Non si tratta di una memoria di traduzione vera e propria, dal momento che il traduttore non può ricercare attivamente concordanze al suo interno, né avvalersi di *exact matches* o *fuzzy matches*. Inoltre, il database è una raccolta statica di testi che non viene aggiornata automaticamente con le traduzioni svolte nel tempo, come avverrebbe invece con uno strumento CAT.

del testo di partenza. Concentrando l'attenzione sulle quattro dimensioni della comunicazione specialistica sopra menzionate, si può osservare che:

- a. il “contenuto”: a differenza della fase di redazione, in quella di traduzione il traduttore è fortemente influenzato nelle sue scelte dal contenuto del testo di partenza. Come si evince dalla Figura 28, il testo di arrivo riproduce senza grandi variazioni sia il contenuto generale della scheda di partenza che l'ordine specifico con cui i singoli temi vengono presentati. Non si notano aggiunte o omissioni sostanziali. In entrambi i casi si procede dal generale al particolare e dal piano descrittivo a quello procedurale. Le prime informazioni fornite sono la denominazione breve ed estesa del prodotto, per poi passare ai dati generali, alle caratteristiche chimico fisiche e, infine, alle istruzioni per l'uso.
- b. La “forma linguistica”: è possibile individuare un legame tra lo strumento impiegato e alcune caratteristiche linguistiche dei testi. Alcuni campi – quelli non contrassegnati dal riquadro rosso – non possono essere modificati. Ad esempio, i traduttori non possono sostituire manualmente *Festkoerpergehalt* con *Festkörpergehalt* e, per farlo, dovrebbero inviare una richiesta formale al responsabile del PLM.

Inoltre, come descritto nei paragrafi 4.2.1.2 e 4.2.2.2, le parole ed espressioni inserite nel testo di arrivo possono essere influenzate dai testi di riferimento di cui si avvale il traduttore e dai suggerimenti ricevuti dai tecnici stranieri. Ad esempio, la frase *Vor Gebrauch mischen* è stata ripresa da P1 dal proprio frasario (cfr. 4.2.1.2).

- c. Con “mezzo tecnico”, Schubert fa riferimento al layout e al formato del documento. Come per le altre dimensioni, il traduttore non ha un ampio margine di scelta e la traduzione finale è fortemente influenzata dalle decisioni prese dai tecnici in fase di redazione, nonché dalle limitazioni imposte dallo strumento. Soprattutto per quanto riguarda i campi non modificabili, il traduttore non può che mantenere lo stesso layout di partenza, lo stesso carattere del testo e le stesse immagini. Il documento può inoltre essere elaborato solo tramite l'editor integrato nel PLM e può essere esportato unicamente come file PDF, aspetto che rende la revisione e l'inserimento delle modifiche più difficoltoso (cfr. 4.2.1.3).
- d. Il “processo lavorativo” riguarda, ad esempio, la scelta degli strumenti da impiegare per la realizzazione dei testi. Nel caso preso qui in esame, lo strumento scelto è un gestionale aziendale che non è pensato come ausilio alla traduzione. Questo aspetto si ripercuote in parte sul testo finale. È possibile notare due piccole imprecisioni potenzialmente evitabili con l'ausilio di uno strumento differente, come un CAT Tool. La prima riguarda la traduzione di *istruzioni per l'uso*, reso in un caso con *Gebrauchsanweisung* e in un altro con *Gebrauchsanweisungen*. La seconda consiste nella differente punteggiatura del campo

relativo alle istruzioni per l'uso ("Mescolare prima dell'uso." e "Vor Gebrauch mischen"). Queste due imprecisioni vengono di norma segnalate in maniera automatica dai sistemi di traduzione assistita.

Nel presente paragrafo è stato approfondito il legame tra il testo finale e le decisioni prese dai traduttori durante la sua realizzazione. Queste sono profondamente influenzate, e in parte limitate, dalle caratteristiche del testo di partenza e, più in generale, dalle misure adottate nella fase precedente di redazione. Il legame tra la fase di redazione e quella di traduzione è particolarmente evidente nella comunicazione tecnica ed è ancora maggiore nel caso qui trattato, in cui redattori e traduttori si avvalgono della stessa piattaforma.

4.3 Workflow esterno

Nei paragrafi seguenti l'attenzione si sposta sul workflow esterno, la cui analisi viene suddivisa in tre dimensioni: le fasi del processo, gli attori coinvolti e il legame tra processo e prodotto.

4.3.1 Le fasi del processo

Di seguito vengono descritte quattro fasi del workflow esterno e i fattori che influiscono sul loro svolgimento. Le fasi sono le seguenti: assegnazione dell'incarico all'agenzia di traduzione (cfr. 4.3.1.1), gestione dell'incarico esternalizzato (cfr. 4.3.1.2), revisione dei testi tradotti esternamente (cfr. 4.3.1.3) e organizzazione finale dei documenti tradotti (cfr. 4.3.1.4).

4.3.1.1 L'assegnazione dell'incarico all'agenzia di traduzione

Per comprendere come viene plasmata dall'impresa la collaborazione con i traduttori professionisti esterni, una parte dell'osservazione partecipante è stata dedicata all'ufficio marketing. Quest'ultimo produce testi di natura pubblicitaria relativamente a due diverse linee di prodotti, una destinata al B2B e l'altra al B2C.

Il fine ultimo dell'ufficio è attrarre nuovi clienti e consolidare i rapporti con quelli esistenti. Per raggiungere questo obiettivo, l'impresa redige e distribuisce a cadenza quasi settimanale newsletter contenenti informazioni relative ai diversi prodotti e servizi offerti. Altre tipologie di testi, come le brochure, vengono realizzati più sporadicamente poiché richiedono più tempo per la redazione e l'impaginazione. Dal momento che l'impresa esporta un'ampia fetta dei propri prodotti, è cruciale che i testi vengano tradotti in più lingue. Per farlo, l'impresa si è avvalsa nel tempo di

diversi fornitori di servizi linguistici e ha consolidato i rapporti, in particolare, con una agenzia di traduzione.

La scelta di assegnare o meno una traduzione a un'agenzia esterna è influenzata in prima battuta dalle risorse aziendali. Con risorse non si intende unicamente il budget a disposizione ma anche l'organico complessivo dell'impresa e le relative competenze. Questo dato si evince dalle parole di P5: “alcune lingue vengono inviate [...] alle società che abbiamo [...]. Per cui diciamo che con l'agenzia gestiamo quelle per cui non abbiamo direttamente società o reti o uffici comunicazione” (INT_P5). La scelta di affidarsi alle proprie filiali estere non va intesa unicamente come una strategia di abbattimento dei costi. Le filiali estere, se dispongono di un proprio ufficio di comunicazione composto da personale la cui madrelingua è la lingua del paese estero, possono fungere da tramite tra la casa madre e i mercati locali e adattare a questi ultimi i contenuti aziendali. Nel caso osservato, un esempio vincente di adattamento dei contenuti è rappresentato dalla filiale polacca. Quest'ultima gestisce in autonomia i canali social e pubblica regolarmente sia le traduzioni dei contenuti provenienti dalla casa madre che i propri.

In caso di esternalizzazione, la prima fase del workflow traduttivo consiste nell'invio del testo in italiano e nella formulazione dell'incarico da parte di P5. Questo contiene solitamente indicazioni circa le lingue di destinazione in cui tradurre il documento ma può contenere anche ulteriori informazioni. Il tipo di informazioni contenute nell'incarico può dipendere da diversi fattori. Tra quelli osservati in sede e discussi con P5, si annoverano in particolar modo i seguenti: la strategia linguistica aziendale, i destinatari a cui si rivolge l'impresa e i canali di distribuzione dei testi.

Le combinazioni linguistiche richieste dipendono, come nel caso dell'ufficio export (cfr. 4.2.1.1), dalla strategia linguistica aziendale, che consiste nel comunicare nelle lingue delle filiali estere. Rispetto all'ufficio export si notano tuttavia due differenze sostanziali. In primo luogo, questa politica *de jure* trova un'applicazione concreta nella pratica quotidiana, dal momento che l'agenzia di traduzione con cui collabora l'impresa si avvale di un'ampia rete di traduttori esterni che consente di coprire tutte le combinazioni linguistiche richieste. In secondo luogo, la comunicazione in lingua straniera viene considerata dall'ufficio marketing come una risorsa per il consolidamento dell'impresa all'estero. Questa maggiore attenzione alla dimensione strategica della comunicazione multilingue si evince ad esempio dalla scelta di commissionare, in alcuni casi, traduzioni in lingue ulteriori o diverse da quelle abituali delle filiali. Il fine consiste nel comunicare anche con mercati in cui l'impresa mira ad affermarsi o a distribuire determinati prodotti. Il ruolo strategico della comunicazione multilingue non emerge solo dall'ampio numero di lingue straniere commissionate ma anche dalla selezione consapevole di determinate varietà linguistiche. Un esempio è la scelta di comunicare in inglese americano: “chiediamo per l'inglese che sia inglese americano” (INT_P5). La

ragione è da ricondurre ai frequenti scambi commerciali tra l'impresa e il mercato nordamericano, dove è situata una delle filiali estere dell'impresa. Al contempo, per quanto riguarda altre lingue policentriche come il tedesco, non sembrano esservi politiche o pratiche consolidate. Ciò può essere ricondotto al fatto che l'impresa intrattiene rapporti commerciali principalmente con la Germania e non ha mai sentito l'esigenza di ricorrere al tedesco austriaco o svizzero.

Un secondo fattore che influisce sul tipo di informazioni contenute nell'incarico traduttivo sono i destinatari del testo. I testi prodotti dall'ufficio marketing hanno una funzione appellativa e si rivolgono a un pubblico eterogeneo e internazionale. Sebbene l'impresa cerchi di comunicare nella lingua di ciascun paese di destinazione, l'inglese resta la lingua prediletta nella comunicazione con mercati meno strategici o quando il numero di lingue di destinazione è particolarmente elevato. Inoltre, dal momento che il pubblico di destinazione è composto anche da non esperti, l'ufficio marketing non si limita a inviare in traduzione il materiale prodotto dall'ufficio di *product development* ma lo rielabora e semplifica: "il testo lo rivediamo per il lessico e la forma. Potrebbe capitare che sostituiamo anche parole. Capita di rivederli per semplificare i testi più che altro" (INT_P5). Solo in un secondo momento il testo viene inviato in traduzione. A seconda dei destinatari e della loro madrelingua, è possibile che P5 formuli una richiesta più specifica per l'agenzia di traduzione:

in linea di massima le specifiche che possiamo aggiungere quando diamo la traduzione possono dipendere [...] dal mercato a cui il documento è destinato. Un documento che è destinato a persone di lingua diversa [dall'inglese] deve essere semplice, quindi facilmente comprensibile. (INT_P5)

Un ultimo fattore che influisce sulla formulazione dell'incarico è il canale di distribuzione del testo. L'ufficio marketing si avvale di diversi strumenti per pubblicare e divulgare i propri contenuti, dalla e-mail diretta al sito web fino ai social media. Ciascuno di essi si contraddistingue per uno stile comunicativo diverso, di cui l'impresa e l'agenzia di traduzione devono tenere conto per sfruttarne al massimo le potenzialità. I diversi stili comunicativi possono essere legati alla tipologia di utenti che usufruiscono di una determinata piattaforma o ai limiti imposti dalla piattaforma stessa. Un esempio sono i canali social, all'interno dei quali i post non possono superare un determinato numero di caratteri. A questo riguardo, P5 spiega che:

capita [...] di fare delle precisazioni su quella che è la destinazione d'uso del documento, se è web o se è un post di LinkedIn piuttosto che un catalogo. Ovviamente

cercano [l'agenzia di traduzione] di utilizzare un linguaggio mirato alla tipologia di documento, alla destinazione. Poi il numero di caratteri, le parole da non tradurre.
(INT_P5)

Come emerge da quanto descritto sino ad ora, le richieste dell'impresa possono variare da incarico a incarico in base alla strategia linguistica adottata dall'ufficio marketing, ai destinatari e al canale di distribuzione. Per rendere più efficiente la fase di assegnazione dell'incarico e migliorare la qualità delle traduzioni prodotte di volta in volta, l'agenzia di traduzione ha condiviso con l'azienda un modulo in cui riportare, a ogni nuovo progetto, le specifiche più rilevanti del progetto in questione. La tabella fornisce un riepilogo sintetico¹⁰⁵ delle informazioni che l'agenzia di traduzione chiede di indicare nel suddetto modulo (Mkt_SP).

Categorie di informazioni richieste dall'agenzia nel modulo	Descrizione sintetica delle categorie
Tipologia di testo*	Catalogo, sito web, manuale, documento interno, ecc.
Destinazione d'uso*	Finalità promozionale o informativa; clienti a cui il testo è indirizzato e relativo profilo; paese di destinazione e varietà linguistica.
Terminologia	Termini da non tradurre; terminologia da impiegare approvata dagli esperti.
Numero di caratteri*	Limite minimo o massimo di caratteri.
Traduzioni pregresse	Testi nelle diverse combinazioni linguistiche già tradotti in passato e utilizzati correntemente dall'azienda o approvati.
Testi di riferimento	I documenti o gli spazi digitali all'interno dei quali confluirà il testo tradotto; documenti di riferimento relativi alla comunicazione offline; documenti di riferimento relativi alla comunicazione online.
Revisioni	Presenza o meno di un revisore interno o presso le filiali; se presente, indicazione di eventuali preferenze del revisore; modalità e tempistiche con cui viene svolta la revisione.
Immagini	Esigenza di tradurre o meno il testo presente nelle immagini.

¹⁰⁵ La colonna di sinistra riporta un elenco delle diverse categorie di informazioni richieste del modulo originale. La colonna di destra descrive il contenuto delle singole categorie.

Interlinea e spaziatura	Informazioni circa la grandezza dei caratteri, la spaziatura e il font, laddove questi debbano essere differenti da quelli del testo di partenza.
-------------------------	---

Tabella 8 - Riproduzione del modulo contenente le specifiche degli incarichi

Il modulo richiesto dall'agenzia mira a integrare le informazioni fornite di norma dall'impresa¹⁰⁶ con ulteriori indicazioni. Tra queste spiccano, in particolare, la terminologia da usare, i documenti da consultare (“traduzioni pregresse” e “testi di riferimento”), le modalità di revisione (“revisioni”) e il layout del documento finale (“immagini” e “interlinea e spaziatura”).

Sul piano terminologico (“terminologia”), l'agenzia richiede non solo i termini da mantenere in lingua originale ma anche eventuali traduenti approvati dagli esperti di cui dispone l'impresa. Nel modulo originale si chiede, in particolare, di specificare “se avete in uso presso di voi terminologia in lingua approvata che vi aspettate di ritrovare” come “termini relativi ai [...] prodotti, termini approvati dalle filiali, slogan tradotti” (Mkt_SP). Questa strategia di ottimizzazione della terminologia sembra mirare, da un lato, ad aumentare la qualità del testo finale tramite l'utilizzo di una terminologia corretta e uniforme nei diversi documenti aziendali e, dall'altro, ad anticipare eventuali contestazioni nella fase di revisione.

L'agenzia di traduzione richiede inoltre di fornire diversi documenti potenzialmente utili per produrre un testo finale che sia in linea con le aspettative dell'azienda. Questi documenti possono essere raggruppati in due categorie. La prima categoria comprende le “traduzioni pregresse”, ossia testi simili a quello da tradurre, già tradotti e approvati in passato. Nel modulo, l'agenzia chiede inoltre di fornire sia il testo di partenza che quello tradotto, probabilmente per consentire un aggiornamento delle memorie di traduzione da condividere con i propri traduttori. La seconda categoria comprende vari “testi di riferimento”. Si chiede di condividere ad esempio i documenti o gli spazi digitali all'interno dei quali confluirà il testo tradotto. Alcuni esempi sono i cataloghi in cui verranno inserite le traduzioni, le immagini che le andranno ad accompagnare o le sezioni del sito web in cui le traduzioni verranno pubblicate. Tra i testi di riferimento potenzialmente utili vi sono anche i documenti di riferimento relativi alla comunicazione offline e online dell'impresa. Nel primo caso si fa riferimento a qualsiasi informazione relativa alle campagne pubblicitarie non legate al web (radio, televisione, giornali) mentre, nel secondo caso, alle strategie di *branding* finalizzate a consolidare la visibilità dell'impresa sul web. In questo caso l'agenzia chiede, ad esempio, liste di *keyword* da impiegare in ottica SEO nelle traduzioni destinate al sito.

¹⁰⁶ Queste informazioni – già trattate all'inizio del presente paragrafo – sono contrassegnate da un asterisco.

Per agevolare il processo di revisione (“revisioni” in tabella), l’agenzia chiede di segnalare la presenza di revisori interni all’impresa o nei paesi di destinazione. Per anticipare eventuali correzioni apportate dai revisori, viene inoltre richiesto di indicare le preferenze di questi ultimi circa “stile, terminologia, formato grafico” (Mkt_SP). Nel modulo, l’agenzia specifica inoltre che le revisioni devono pervenire entro “entro 3 gg dalla consegna” e “essere segnalate in modo visibile (es. note su PDF o modalità Revisioni di Word)”. Per andare incontro al cliente, l’agenzia specifica tuttavia che altre modalità sono possibili ma vanno segnalate “all’inizio del lavoro” (Mkt_SP). Da queste richieste emerge come, consapevoli delle difficoltà connesse alla gestione del workflow complessivo, i *project manager* dell’agenzia attuano diverse misure per coordinare lo scambio di informazioni e prevenire ritardi o attriti.

Infine, si chiede di riportare eventuali preferenze relative al layout del documento finale (in termini di “immagini” e “interlinea e spaziatura”), laddove questo debba differire dal testo di partenza. In tutti gli altri casi, l’interlinea, la spaziatura e il font “non vengono di norma modificati, fatte salve modifiche minime determinate dal diverso ingombro del testo tradotto rispetto all’originale” (Mkt_SP). Da quest’ultimo estratto emerge la consapevolezza, da parte dei *project manager*, che la traduzione dall’italiano a determinate lingue straniere può comportare una maggiore lunghezza del testo di arrivo e richiedere di conseguenza un adattamento del layout finale.

Sebbene il modulo inviato dall’agenzia di traduzione possa fornire un valido contributo alla buona riuscita della traduzione finale, sembra che il documento non venga sfruttato di frequente dall’impresa. Durante la mia permanenza, il modulo è infatti stato compilato una sola volta (cfr. 4.3.2.1) su richiesta dell’agenzia di traduzione. Le ragioni di questa compilazione sporadica sono molteplici ma possono essere individuate principalmente nella mancanza di tempo da parte di P5 e nella necessità di coinvolgere più attori per la compilazione dei diversi campi del documento. Va infatti sottolineato che P5 non si occupa solo della gestione delle traduzioni ma anche dell’impaginazione dei documenti e delle campagne di marketing. Inoltre, P5 può compilare i campi relativi, ad esempio, alla tipologia di documento e ai destinatari ma, per le indicazioni legate alla terminologia, deve necessariamente consultare gli esperti dell’impresa. Ciò richiede un elevato grado di cooperazione tra gli attori coinvolti, nonché una coordinazione del lavoro complessivo particolarmente dispendiosa in termini di tempo.

Prima di passare alla fase successiva del workflow traduttivo, vale la pena porre l’accento su un altro testo di riferimento inviato dall’impresa all’agenzia di traduzione durante l’assegnazione di un incarico: il *Tone of Voice*. Durante l’osservazione, sia il modulo contenente le specifiche di progetto che il *Tone of Voice* sono stati allegati a un solo incarico e, in particolare, a seguito di alcuni feedback negativi da parte dei revisori aziendali (cfr. 4.3.2.1). Il *Tone of Voice* è un documento in cui

vengono delineate le caratteristiche della lingua che l'impresa vuole impiegare nelle proprie campagne di *branding* e viene formulato sulla base delle qualità del marchio e dei valori aziendali che si vogliono veicolare. Nel caso osservato, il *Tone of Voice* (Mkt_TOV)¹⁰⁷ si compone delle seguenti sezioni:

- a. principi e obiettivi generali della comunicazione;
- b. tono e voce;
- c. espressioni da evitare e traduzioni;
- d. redazione dei contenuti per il sito web;
- e. redazione dei contenuti sui social media.

Per le finalità del presente lavoro, è utile concentrare l'attenzione sulla terza sezione. Nel documento viene specificato che possono esserci leggeri slittamenti da una lingua all'altra ma che, dove possibile, è necessario attenersi ai seguenti principi generali:

usiamo i verbi in forma attiva e cerchiamo di evitare la forma passiva; evitiamo contrazioni e forme gergali; siamo consistenti, scrivendo con l'obiettivo specifico di quello che stiamo comunicando sempre ben chiaro davanti a noi; quando parliamo o scriviamo di qualcuno di cui non conosciamo il genere (può capitarci con nomi come Andrea o nomi stranieri) evitiamo il pronome e usiamo il nome proprio. (Mkt_TOV)

Da queste poche righe emerge la volontà, da parte dell'impresa, di comunicare in maniera chiara, semplice e diretta nelle varie lingue straniere. L'utilizzo del nome proprio sembra invece voler prevenire eventuali problemi legati all'utilizzo improprio dei generi maschile e femminile. In linea di massima, il documento può rivelarsi utile in ottica traduttiva ma presenta alcuni limiti. Il primo limite riguarda il livello di dettaglio della sezione relativa alle traduzioni che, sebbene fornisca un orientamento di massima per il traduttore, è limitata a poche righe e non consente una localizzazione vera e propria dei contenuti nelle diverse lingue di destinazione. Il secondo limite riguarda il *Tone of Voice* complessivo, che sembra essere pensato principalmente per il mercato italiano. Ad esempio, nella sezione relativa a "tono e voce" si specifica di usare sempre "la seconda persona singolare, il TU" (Mkt_TOV). Questa scelta può risultare vincente se il testo è destinato a un lettore italiano ma non, ad esempio, a un lettore tedesco. Infatti, in tedesco viene utilizzato di consueto il pronome di cortesia nella comunicazione con i clienti, cosa meno comune nella lingua italiana. La condivisione del documento con i traduttori esterni può dunque aiutare questi ultimi a comprendere l'immagine

¹⁰⁷ Dal momento che il documento originale è particolarmente dettagliato, anche in questo caso viene fornita una panoramica di massima e si concentra l'attenzione sulla sezione relativa alle politiche di traduzione.

generale che l'impresa vuole trasmettere di sé, ma richiede al contempo un apporto ulteriore da parte dei traduttori professionisti per consentire un'effettiva localizzazione del testo finale.

4.3.1.2 La gestione dell'incarico esternalizzato

Dal momento che il workflow qui considerato è parzialmente esternalizzato, non è stato possibile seguire da vicino l'attività traduttiva dei professionisti esterni. Tuttavia, anche in questa fase il microcosmo aziendale e la rete di traduttori esterni non agiscono in maniera completamente indipendente e, durante la permanenza, è stato possibile osservare due principali modalità di interazione: lo scambio di informazioni durante la traduzione e l'utilizzo di artefatti comuni. Queste due modalità di interazione vengono descritte di seguito e, per ciascuna, vengono individuati i fattori del contesto aziendale che hanno un impatto su di esse.

Lo scambio di informazioni durante la traduzione può consistere in una richiesta di chiarimenti da parte dei traduttori freelance o nelle spiegazioni fornite da questi ultimi al fine di argomentare la plausibilità delle proprie scelte traduttive. Per chiarire i dubbi dei traduttori, P5 ricorre alle proprie competenze o a quelle dei propri colleghi. Se la domanda verte, ad esempio, sull'impaginazione del documento o sui destinatari, P5 e il suo team possono fornire tutte le delucidazioni di cui i traduttori hanno bisogno. Se invece le domande riguardano la terminologia da impiegare, P5 ricorre talvolta ai tecnici stranieri: “abbiamo anche la fortuna di avere dei tecnici madrelingua. Per il russo, ad esempio, chiedo direttamente al tecnico commerciale russo” (INT_P5). I tecnici stranieri fungono dunque, come nel caso dell'ufficio export, da “informatori” a cui rivolgersi per l'ottimizzazione del testo in lingua straniera. Altre figure a cui P5 attinge sono alcuni *sales manager* addetti alle vendite estere che, avendo familiarità con il mercato statunitense e con quello tedesco, vengono interpellati per fornire feedback sui testi destinati a questi due mercati.¹⁰⁸ Nel corso della permanenza, si sono verificate poche interazioni durante la fase di traduzione vera e propria. La maggior parte degli scambi avviene a traduzione conclusa o direttamente dopo la revisione del testo. Ciò può essere dovuto alle difficoltà organizzative connesse allo scambio di informazioni tra il *project manager* dell'agenzia di traduzione e P5 che, rispettivamente, devono coordinare ulteriori attori per la buona riuscita del lavoro. L'immagine seguente mostra le diverse fasi innescate dalla richiesta di chiarimenti da parte dei traduttori freelance.

¹⁰⁸ Il loro ruolo verrà descritto più in dettaglio nel paragrafo relativo alla revisione (cfr. 4.3.1.3).

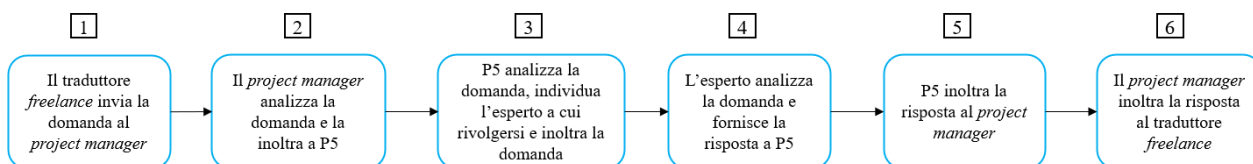


Figura 29 - Richiesta di chiarimenti da parte dei traduttori e rete di attori coinvolti

La fase 3 è particolarmente complessa, poiché P5 deve analizzare la domanda ricevuta e individuare nell'impresa la figura con le competenze linguistiche o le conoscenze specialistiche necessarie per chiarire il dubbio del traduttore. La scelta dell'esperto da interpellare varia dunque molto in base ai casi specifici e può vedere il coinvolgimento dei clienti: “quando ci sono dubbi o perplessità capita di chiedere dei suggerimenti ai nostri collaboratori all'estero, addirittura ai nostri clienti per avere dei termini...ecco...più corretti che loro utilizzano nel loro paese” (INT_P5). Una volta ottenute le delucidazioni, P5 le inoltra al *project manager* (fase 5) che, a sua volta, le invia ai traduttori freelance (fase 6). Un processo di questo tipo, se innescato mentre la traduzione è ancora in corso, può richiedere approfondimenti ulteriori in base alle risposte ricevute da ciascun attore e comportare ritardi sulla deadline pattuita.

È forse anche per questo motivo che lo scambio di informazioni avviene, in molti casi, a traduzione conclusa e sono i traduttori stessi che, per mezzo del *project manager*, spiegano le proprie scelte traduttive per chiedere conferma o, talvolta, per legittimarle. Un esempio è la mail seguente, inviata dal *project manager* a P5:

Ciao,
 in allegato le traduzioni in oggetto.
 Abbiamo cercato di tenere in considerazione le osservazioni fatte per il precedente progetto [...]. Per "finitura" abbiamo usato "finish" piuttosto che "top coat", perché nel contesto sembrava più appropriato utilizzare il termine più generico.
 (Mkt_Msg1)

Nella parte iniziale della mail, il *project manager* specifica che la traduzione è avvenuta tenendo conto delle osservazioni fatte per un progetto precedente. In particolare, fa riferimento alla traduzione del termine *finitura*, discusso in passato con P5 e memorizzato in un glossario (Mkt_gl3, cfr. 4.3.1.4) in cui l'agenzia di traduzione tiene nota delle revisioni e osservazioni ricevute nel tempo dall'impresa. La difficoltà nel tradurre il termine *finitura* è legata al fatto che quest'ultimo può assumere due diverse accezioni a seconda del contesto in cui viene impiegato. Quando si fa riferimento alle caratteristiche estetiche di una superficie, il termine *finitura* può considerarsi sinonimo di *rifinitura*. Tuttavia,

nell'industria delle vernici, la *finitura* è anche un prodotto specifico che viene applicato come strato finale al termine di un ciclo di verniciatura a più strati. A queste due accezioni corrispondono rispettivamente i termini *finish* e *top coat*. Dalla mail del *project manager* emerge la volontà di argomentare le ragioni che hanno mosso la scelta del traduttore e di legittimare tale scelta alla luce degli scambi avvenuti in passato con l'impresa.

Al contempo, l'impresa stessa può trarre vantaggio dalle spiegazioni fornite dai traduttori esterni. Ad esempio, il 2 febbraio 2021 P5 chiede all'agenzia di tradurre le istruzioni di applicazione di un prodotto per aggiornare la sezione in tedesco del sito web. Nel farlo, il traduttore esterno e il *project manager* si rendono conto di alcune criticità linguistiche nel testo già pubblicato in rete e le segnalano a P5:

Buongiorno,

alcune annotazioni sul contenuto in tedesco:

1. per “caratteristiche chimiche” è più appropriato utilizzare il termine “*chemisch*” che “*chemikalisch*”, che è meno consueto
2. per quanto riguarda lo stile abbiamo sostituito il “tu” usando sempre l'infinito (più appropriato in questi contesti).

(Mkt_Msg2)

La prima segnalazione riguarda l'utilizzo del termine *chemikalisch* che, come spiega il *project manager*, va sostituito con *chemisch*. Il *project manager* adduce come ragione la frequenza d'uso: l'aggettivo *chemikalisch* è “meno consueto” di *chemisch*. In effetti, una semplice ricerca dei due aggettivi in rete restituisce solamente diecimila occorrenze per *chemikalisch* e ben dodici milioni per *chemisch*. La seconda segnalazione riguarda invece lo stile. Il traduttore tedesco ha preferito impiegare l'infinito piuttosto che rivolgersi ai destinatari tedeschi utilizzando la seconda persona singolare. Come spiega il *project manager*, l'infinito è infatti “più appropriato in questi contesti”. Nelle sue parole vi è un rimando implicito sia alle pratiche comunicative con il mercato germanofono, in cui si evita solitamente di rivolgersi ai destinatari usando la seconda persona singolare, sia alla tipologia testuale tradotta. Nelle istruzioni per l'uso si tende infatti a illustrare in maniera concisa i passaggi da seguire e si preferisce impiegare il pronome di cortesia *Sie* o l'infinito.

Un ulteriore punto di contatto tra P5 e l'agenzia di traduzione è l'utilizzo di artefatti comuni, in particolare lo scambio di glossari e l'utilizzo di uno strumento condiviso di gestione del workflow traduttivo. Prima di descriverli, si vedano di seguito i principali artefatti osservati presso la postazione di P5.

Categorie	Artefatti
Artefatti a sostegno della comunicazione	Telefono Casella di posta elettronica Piattaforma di comunicazione
Artefatti per l'elaborazione degli incarichi traduttivi	Software di elaborazione testuale Software di grafica Glossari
Artefatti di natura amministrativa	File Word con riepilogo dei costi delle diverse agenzie
Strumenti di <i>project management</i>	Software di gestione del workflow traduttivo
Artefatti per l'archiviazione	Cartelle Intranet

Tabella 9 - Artefatti impiegati da P5

Come si può intuire, molti degli artefatti impiegati da P5 nel corso del workflow traduttivo non sono legati alla traduzione vera e propria ma alla fase di preparazione del testo, alla relativa revisione e pubblicazione, nonché alla gestione del processo complessivo in collaborazione con altri attori interni ed esterni all'impresa. Per quanto riguarda gli artefatti a sostegno della comunicazione, P5 si avvale di un telefono, di una casella di posta elettronica e di una piattaforma di comunicazione. La mail sembra essere la modalità di comunicazione preferita da P5 ed è stata impiegata durante l'osservazione sul campo per inviare incarichi al *project manager*, inoltrare le domande dei traduttori agli esperti e far poi pervenire ai traduttori, in seconda battuta, i feedback dei revisori.

Tra gli artefatti utilizzati da P5 per l'elaborazione degli incarichi traduttivi vi sono software di elaborazione testuale e software di grafica. In particolare, P5 preferisce condividere il testo da tradurre in formato .doc in modo da agevolare la successiva importazione della traduzione all'interno dei software che utilizza per la gestione della grafica e dell'impaginazione. Lo stesso vale per le correzioni, che vengono fatte inserire ai revisori all'interno del file Word contenente la traduzione. Infine, P5 dispone di due glossari (Mkt_g11 e Mkt_g12) contenenti termini ed espressioni utilizzate di frequente dall'impresa nella propria documentazione multilingue. In particolare:

- a. Mkt_g11 è un glossario in formato .xlsx fornito alcuni anni addietro all'azienda dall'agenzia di traduzione e contenente 2656 termini in italiano con i relativi traduttori in lingua inglese. Più nello specifico, l'agenzia ha estratto dal proprio database terminologico i termini raccolti

negli anni nella combinazione italiano-inglese¹⁰⁹ e li ha inviati all'impresa, in modo che anche quest'ultima possa avvalersi di tale risorsa per la produzione di documentazione in lingua inglese. Una soluzione di questo tipo potrebbe consentire una maggiore uniformazione della terminologia impiegata dall'agenzia di traduzione con quella utilizzata, ad esempio, dalla filiale nordamericana che produce autonomamente alcuni contenuti in inglese. Tuttavia, questa potenzialità non è stata sfruttata dall'ufficio marketing che, al momento dell'osservazione, non aveva condiviso il glossario con la filiale estera.

- b. Mkt_gl2 è un secondo glossario, anch'esso in formato .xlsx. Il glossario è disponibile in italiano e sette lingue straniere e raccoglie sia singoli termini che frasi ed espressioni impiegate frequentemente nella documentazione aziendale. Nonostante la potenziale utilità di questa risorsa per i traduttori esterni, l'impresa ne fa un uso prevalentemente interno e non lo ha mai condiviso con l'agenzia di traduzione.

Per quanto riguarda gli artefatti di natura amministrativa, P5 ha realizzato negli anni un documento Excel contenente le informazioni relative ai principali fornitori di servizi linguistici con cui l'impresa collabora. P5 mi mostra il documento il 12 marzo 2020 e spiega che lo ha creato per tenere traccia dei servizi e dei costi di quattro fornitori. Nello specifico, si tratta di tre agenzie di traduzione e di un traduttore freelance. Per ciascuno vengono riportati il nome, il contatto, il codice del fornitore, le combinazioni linguistiche e le tariffe a parola. Per quanto riguarda le combinazioni linguistiche, una prima agenzia di traduzione viene contattata appositamente per le traduzioni da e verso il russo e una seconda agenzia per quelle da e verso il polacco. La terza agenzia si occupa delle lingue rimanenti, a eccezione dello spagnolo che viene affidato al traduttore freelance.

A differenza dell'ufficio export, l'ufficio marketing si avvale anche di uno strumento di *project management*. Il software in questione è di proprietà dell'agenzia di traduzione ma consente una gestione combinata degli incarichi traduttivi. Al suo interno, P5 può creare la richiesta di traduzione, caricare il testo di partenza e inserire tutte le informazioni necessarie per il completamento dell'incarico. Successivamente riceve dal *project manager* un preventivo formulato sulla base dei *match* riscontrati tra il nuovo testo e le memorie di traduzione dell'agenzia. Grazie a questo software, P5 può inoltre monitorare lo stato di avanzamento del progetto e, una volta concluso, può visualizzare e scaricare le relative fatture. In altre parole, lo strumento consente di gestire in maniera centralizzata sia il progetto che la relativa documentazione. Ad ogni modo, l'utilizzo del portale dipende molto

¹⁰⁹ Nel glossario non sono presenti altre combinazioni linguistiche. Non è stato possibile risalire alle ragioni di questa scelta ma è possibile che l'agenzia abbia preferito inviare solo la parte più ricca e curata del database. L'inglese è infatti la lingua su cui l'impresa ha fornito più feedback all'agenzia nel corso degli anni (cfr. 4.3.1.3).

dalle preferenze dei singoli dipendenti: “io quello [lo strumento di *project management*] lo bypasso un po'. [Nome del collega] lo utilizza” (INT_P5).

Per quanto riguarda l'archiviazione finale dei testi tradotti e la relativa consultazione, P5 si avvale principalmente di alcune cartelle apposite e dello spazio intranet aziendale. Questi artefatti verranno descritti più in dettaglio nel paragrafo relativo all'organizzazione della documentazione multilingue (cfr. 4.3.1.4).

Dal presente paragrafo di evince che, durante la fase di traduzione vera e propria, le interazioni tra P5 e l'agenzia di traduzione sono piuttosto sporadiche e che le due parti si servono con intensità diversa degli artefatti comuni. Per quanto riguarda il primo aspetto, si è sottolineato come la maggior parte degli scambi di informazioni siano concentrati nella fase di assegnazione dell'incarico e in quella post-traduttiva. Le interazioni finalizzate a chiarire i quesiti dei traduttori sono fortemente influenzate dalle conoscenze e competenze dell'organico disponibile nell'impresa, nonché dalla capacità produttiva di P5 che deve coordinare diversi attori per rispondere ai suddetti quesiti. Per quanto riguarda gli artefatti impiegati durante la fase di traduzione, si nota da un lato l'aggiornamento continuo dei database terminologici e l'impiego del software di *project management* da parte dell'agenzia e, dall'altro, l'assenza di misure finalizzate alla condivisione dei glossari, nonché un ricorso sporadico al software di *project management* da parte dell'ufficio marketing. Questa diversità di approcci può essere ricondotta a due visioni differenti dell'attività di traduzione e di gestione del workflow traduttivo. Per l'agenzia, la buona riuscita dell'incarico rappresenta un obiettivo primario e, per raggiungere tale obiettivo, si avvale di tecnologie apposite (database terminologici e memorie di traduzione) e di figure (i *project manager*) il cui compito principale consiste proprio nella coordinazione del processo traduttivo dall'inizio alla fine. D'altra parte, la gestione degli incarichi traduttivi rappresenta un'attività collaterale per P5, che non sempre ha il tempo necessario per plasmare al meglio l'intero processo. Tuttavia, grazie alla collaborazione con i traduttori esterni, l'ufficio ha implementato nel tempo delle buone pratiche, come una formulazione più accurata dell'incarico traduttivo (cfr. 4.3.1.1) e l'invio di feedback (cfr. 4.3.1.3).

4.3.1.3 La revisione: competenze, status e coordinazione del lavoro

La scelta di revisionare o meno i testi tradotti esternamente dipende prevalentemente dalle risorse umane di cui l'impresa dispone, dalle relative competenze e dalla capacità produttiva dei singoli attori coinvolti. Non sembra esservi una politica di revisione generalmente applicabile a tutte le tipologie testuali e combinazioni linguistiche, quanto una serie di pratiche fortemente influenzate dagli esperti disponibili nell'impresa e, in particolare, al momento della ricezione dei testi tradotti. Le figure

coinvolte per la revisione dei testi sono generalmente tecnici stranieri, *export manager* oppure *sales manager* italiani che conoscono a fondo determinati mercati esteri e apportano le correzioni necessarie ai testi tradotti.

Durante la permanenza, le revisioni richieste più frequentemente da P5 riguardavano la lingua inglese. Ciò è dovuto al fatto che l'inglese è la lingua prediletta per la comunicazione su larga scala con un pubblico internazionale ed eterogeneo e gioca dunque un ruolo decisivo nella comunicazione dell'impresa con l'estero. Inoltre, l'inglese è la lingua straniera meglio conosciuta da P5 e dai suoi collaboratori. Infatti, tra i colleghi interpellati più di frequente da P5 vi sono due *sales manager* italiani (di seguito denominati SM1 e SM2) che hanno particolare familiarità con la terminologia impiegata nei mercati anglofoni. SM1 si occupa anche del mercato tedesco e ha buone competenze in lingua tedesca. Nei paragrafi seguenti verranno presentati cinque diversi esempi di revisioni apportate ai testi tradotti esternamente da cui emerge l'impatto che diversi attori hanno sulla fase di revisione e sul testo finale.

Il primo esempio riguarda un articolo (Mkt_art1) destinato al sito web aziendale, frutto di una collaborazione tra l'ufficio marketing dell'impresa osservata e un'impresa partner che produce mobili di arredo. Il testo è stato tradotto in inglese da uno dei traduttori dell'agenzia e revisionato – su richiesta di P5 – da SM1. Di seguito viene mostrato un estratto del testo originale (IT), la traduzione dell'agenzia (EN) e la revisione di SM1 (EN_rev):

IT: La cucina è l'ambiente [...] in cui **condividiamo emozioni gustative** [...] anche se davanti ai fornelli non c'è **Massimo Bottura**.

EN: The kitchen space is where [...] we **share gustatory experiences** [...] even if **Massimo Bottura** isn't behind the stove.

EN_rev: The kitchen space is where [...] we **express our culinary flair** - even if **Mr Gordon Ramsey** isn't behind the stove

La prima correzione apportata riguarda il verbo *share*, scelto dal traduttore come traduce del verbo italiano *condividere*, e successivamente sostituito con *express* dal revisore. Oltre al verbo, il revisore sostituisce anche l'oggetto dell'azione, ossia *gustatory experiences* (EN) con *our culinary flair* (EN_rev). Comparando le due traduzioni, si nota che il traduttore tende a scostarsi meno dal testo di partenza, mentre il revisore apporta una modifica tale da cambiare il significato dell'enunciato. Queste scelte si chiariscono discutendo con P5 che mi spiega la volontà, da parte del revisore, di

staccarsi maggiormente dal testo originale per crearne uno che non dia la percezione di essere una traduzione dall'italiano. Una terza modifica riguarda il riferimento a Massimo Bottura, un noto chef italiano. Nel testo tradotto esternamente il riferimento viene mantenuto invariato, mentre SM1 propone di sostituire Massimo Bottura con Gordon Ramsey, spiegando che quest'ultimo è uno chef probabilmente più conosciuto all'estero. La proposta del revisore consiste dunque in un adattamento del testo che tiene conto dei destinatari finali. A differenza delle altre due proposte, questa non viene accettata poiché l'ufficio marketing preferisce attenersi ai contenuti già discussi e concordati con l'impresa partner. Da questo esempio si evince come la traduzione finale non sia influenzata solo dalle competenze di chi traduce o revisiona il testo ma anche dagli interessi e dallo status di altri attori coinvolti, in questo caso dei co-produttori del testo di partenza.

Un secondo esempio riguarda un'etichetta (Mkt_etich1) tradotta in lingua tedesca dall'agenzia e relativa a una vernice che conferisce alle superfici un colore e delle proprietà simili a quelle delle lavagne. La revisione viene affidata anche in questo caso a SM1, il *sales manager* addetto al consolidamento dell'impresa in Germania e nei mercati anglofoni. Le modifiche apportate sono le seguenti:

IT: Vernice all'acqua ad effetto lavagna. Permette di scrivere con il gesso e cancellare con un panno asciutto o bagnato, come sulle classiche lavagne in ardesia.

DE: Wasserbasierter Lack mit Tafelfarbe. Mit Kreide beschreibbar und mit einem trockenen oder feuchten Tuch abwischbar, genau wie eine traditionelle Schultafel.

DE_rev: Wasserbasierte Tafelfarbe. Mit Kreide beschreibbar und mit einem trockenen oder feuchten Tuch abwischbar, genau wie eine traditionelle Schultafel.

Nonostante la traduzione dell'agenzia non sia errata, il revisore decide di sostituire l'espressione *Lack mit Tafelfarbe* con il solo termine *Tafelfarbe*. Interrogato sulle ragioni di tale scelta spiega che, nei contesti di comunicazione promozionale e asimmetrica con il grande pubblico, è preferibile porre l'accento in maniera accattivante sul risultato atteso dall'applicazione del prodotto – ottenere un “effetto lavagna” – piuttosto che descrivere in dettaglio il prodotto stesso. Inoltre, SM1 conosce a fondo il mercato tedesco e ritiene che il termine composto *Tafelfarbe* sia più diffuso per designare il

prodotto in questione. Il termine è infatti attestato nei siti di alcuni competitor attivi nello stesso settore in Germania.¹¹⁰

Un ulteriore esempio da cui emerge la familiarità del revisore SM1 con la terminologia del settore specifico in cui egli opera riguarda una newsletter (Mkt_nws1) tradotta in lingua inglese dall'agenzia e relativa a una vernice per finestre. La revisione di SM1 è la seguente:

IT: Verniciatura di finestre, persiane e porte **in legno**.

EN: Coating of **wooden** windows, shutters and doors.

EN_rev: Coating of **wood** windows, shutters and doors.

La revisione riguarda la traduzione della locuzione aggettivale *in legno*. Anche in questo caso la proposta dell'agenzia non è errata poiché *wooden* svolge la funzione di aggettivo riferito ai sostantivi *windows*, *shutters* e *doors*. Ciononostante, il revisore decide di sostituire *wooden* con *wood*, poiché, in base alla sua esperienza, nel mercato anglofono delle vernici per legno si parla più frequentemente di *wood windows*, *wood shutters* e *wood doors* che di *wooden windows*, *wooden shutters* e *wooden doors*. Anche in questo caso, nonostante la traduzione dell'agenzia sia corretta, P5 decide di adottare la proposta del revisore nel testo finale. La ragione può essere ricondotta allo status di cui il revisore gode in azienda. Egli è stato coinvolto proprio alla luce della sua familiarità con la terminologia del mercato anglofono e viene considerato una fonte autorevole e affidabile.

L'esempio appena descritto mostra una revisione incentrata più sulla terminologia settoriale che sullo stile del testo. Revisioni come queste sembrano essere maggiormente apprezzate da P5, poiché più facili da spiegare all'agenzia:

può capitare che chi fa la revisione, non lo faccia solo sul termine – perché magari quel termine è sbagliato e suggerisce quello che è più corretto – ma anche sulla forma. In quel caso penso che non serva una revisione del genere. In alcuni casi è successo che l'agenzia mi dicesse che in realtà non sono revisioni importanti. L'agenzia si aspetta delle correzioni più a livello terminologico. Se si tratta di stile, bisogna fargli delle puntualizzazioni prima di inviargli la traduzione. (INT_P5)

¹¹⁰ Si veda ad esempio il sito di Lignocolor.de (<https://www.lignocolor.de/produkte/tafel Farben>, ultima consultazione 28/01/2023) e di Kaufland (<https://www.kauf land.de/product/439744497/>, ultima consultazione 28/01/2023).

Secondo P5 la revisione degli esperti dovrebbe essere incentrata sulla terminologia impiegata nei testi. Dello stesso parere sembra essere l'agenzia di traduzione che si aspetta "correzioni più a livello terminologico". Per modificare o migliorare lo stile del testo, P5 ritiene più utile dare indicazioni prima di inviare il testo in traduzione. Le "puntualizzazioni" di cui parla sono ad esempio le informazioni contenute nel *Tone of Voice* inviato e quelle richieste nelle specifiche di progetto (cfr. 4.3.1.1).

L'intervento degli esperti sullo stile del testo può risultare difficile da motivare per P5 e, in alcuni casi, può modificare una traduzione già di per sé buona. L'esempio seguente mostra alcune correzioni apportate da SM2 alla traduzione di un articolo (Mkt_art2) destinato al sito web in cui vengono descritti i valori di un'impresa partner attiva nel settore della lavorazione del legno:

IT: **I principi che la guidano**, che da settant'anni a questa parte rimangono **scalfiti** nel legno delle sue porte: [...] innovazione tecnologica, **ricercatezza** estetica, massima personalizzazione del prodotto, **attenzione alle evoluzioni del mercato**.

EN: The **guiding principles** that **have driven** its actions for the last seventy years are ingrained in the wood of its doors: [...] investing in technological innovation, **taking care** of aesthetics, striving for the highest level of product customization, and **keeping abreast** with **market developments**.

EN_rev: The **guiding principles** that **drove** its choices for the last seventy years are embedded in the wood of its doors: [...] investing in technological innovation, **looking after** aesthetics, striving for the highest level of product customization, and **keeping up with market dynamics**.

Dalla comparazione dei tre testi emergono diversi tipi di interventi, tra cui:

- a. La modifica di un tempo verbale. Il revisore ha sostituito *have driven* (*present perfect*) con *drove* (*past simple*). Tuttavia, dal momento che nel testo si fa riferimento a un'azione continuativa iniziata nel passato e ancora in corso ("da settant'anni a questa parte"), il *present perfect* impiegato dal traduttore esprime in maniera più accurata l'estensione dell'azione.
- b. La sostituzione di un verbo. Il revisore sostituisce il verbo *ingrained* con *embedded* per rendere *rimanere scalfito*. Le ragioni di questa scelta sono difficili da ricostruire ma sembrano legate alla volontà del revisore di sostituire un termine più ricercato (*ingrained*) con uno più comune (*embedded*). Al contempo, la soluzione del traduttore rendeva in maniera efficace

l'espressione "principi [...] scalfiti nel legno" che rimanda metaforicamente alla lavorazione del legno, ossia al settore in cui opera l'impresa descritta.¹¹¹

- c. La sostituzione di alcuni *phrasal verbs* con conseguente modifica di significato dell'enunciato. La prima sostituzione riguarda *taking care*, modificato in *looking after* dal revisore. Sebbene entrambi i verbi evocano l'idea del *prendersi cura*, la soluzione proposta dal revisore viene spesso utilizzata con il significato di *accudire* e *badare* a qualcuno o qualcosa e ha dunque un'accezione diversa.¹¹² La seconda sostituzione riguarda *keeping abreast*, modificato in *keeping up with*. Sebbene entrambi i verbi risultino idiomatici nel contesto impiegato, il primo rende già adeguatamente il testo di partenza. In italiano viene infatti impiegato il sostantivo *attenzione* ("attenzione alle evoluzioni del mercato") per sottolineare come l'azienda monitori il progredire del mercato in cui opera. In maniera simile, il verbo *keep abreast* può essere tradotto con *tenersi informato* e rappresenta un buon traduce. Il *phrasal verb* *keep up with* indica invece il tentativo di stare al passo con qualcosa o qualcuno in rapida evoluzione, aspetto che non emerge dal testo di partenza.¹¹³
- d. La sostituzione di un sostantivo. Nel testo finale, il revisore sostituisce il sostantivo *developments* ("market developments") con *dynamics* ("market dynamics"), modificando al contempo il significato dell'enunciato del testo di partenza ("attenzione alle evoluzioni del mercato"), già reso adeguatamente dal traduttore. Anche in questo caso, le ragioni della correzione sono difficili da ricostruire, ma sembrano dipendere da preferenze individuali del revisore coinvolto.

Il quinto e ultimo esempio riguarda l'unico caso di revisione svolta sul tedesco che è stato possibile osservare durante la collaborazione con l'impresa. Si tratta in particolare delle denominazioni di alcuni prodotti contenute in due diverse etichette (Mkt_etich2, Mkt_etich3). In questo caso la revisione è stata richiesta, all'insaputa di P5, da SM1 a un collega distributore di madrelingua tedesca. Quest'ultimo ha svolto la revisione unicamente sul testo tedesco poiché non conosce l'italiano. Nella tabella seguente vengono riportati i codici delle due etichette considerate, le denominazioni contenute in ciascuna etichetta in italiano (IT), le traduzioni dell'agenzia in tedesco (DE) e le revisioni del distributore (DE_rev).

¹¹¹ Il termine *ingrained* deriva da *grain*, ossia la *grana* del legno (cfr. <https://www.tuttolegno.eu/glossario-vocabolario-del-legno/663-grana-del-legno.html>, ultima consultazione 28/01/2023).

¹¹² In molti dizionari, il primo esempio riporta animali e bambini come oggetto dell'azione, ad esempio: "we look after the neighbours' cat while they're away" (<https://dictionary.cambridge.org/it/dizionario/inglese/look-after-sb-sth>, ultima consultazione 28/01/2023) oppure "It's hard work looking after three children all day" (<https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/look-after>, ultima consultazione 28/01/2023).

¹¹³ <https://dictionary.cambridge.org/it/dizionario/inglese/keep-up-with-sb-sth?q=keep+up+%28with+sb%2Fsth%29> (ultima consultazione 28/01/2023).

Codice	IT	DE	DE_rev
Mkt_etich2	Smalto all'acqua per interni	wasserbasierte Holzfarbe für Inneneinrichtungen	wasserbasierte Holzfarbe für den Innenbereich
Mkt_etich3	Smalto opaco all'acqua per legno	matte wasserbasierte Holzfarbe	wasserbasierte Dauerschutz-Holzfarbe

Tabella 10 - Revisione del tedesco

In questo caso si riscontrano, per ciascuna denominazione, due diversi interventi:

- a. La sostituzione del sostantivo *Inneneinrichtungen* con la locuzione più generica *für den Innenbereich*.
- b. L'inserimento di *Dauerschutz* (come modificatore di *Holzfarbe*) che rimanda a una caratteristica del prodotto non riportata nella denominazione in italiano e la rimozione dell'aggettivo *matte* come traduce di *opaco* (IT).

Nel primo caso, la locuzione proposta è più generale¹¹⁴ e rispecchia una categorizzazione adottata di frequente nel mondo della verniciatura, nel quale si attua una distinzione tra le vernici per interni (*für den Innenbereich*) e quelle per esterni (*für den Außenbereich*). Nel secondo esempio si può notare sia l'aggiunta di un modificatore che l'omissione di un aggettivo. Queste scelte possono essere ricondotte al tipo di revisione svolta dal distributore che, potendo intervenire unicamente sul testo di arrivo, non ha attuato un confronto sistematico tra quest'ultimo e il testo di partenza. Questa attività di sola rielaborazione del testo in tedesco può aver comportato da un lato una svista, ossia l'omissione dell'aggettivo *matte* e, dall'altro, l'aggiunta di informazioni note al distributore ma non specificate nel testo di partenza. Il distributore, che conosce il prodotto in questione, sa che favorisce una protezione di lunga durata e lo ha specificato tramite un apposito modificatore (*Dauerschutz*-).

Le revisioni qui descritte, sebbene legittime, non sono state implementate da P5. Anche in questo caso la motivazione va ricercata in fattori esterni, non direttamente legati al workflow traduttivo ma al contesto più ampio in cui questo si svolge. P5 non era a conoscenza della revisione commissionata al distributore e, al momento della ricezione del testo tradotto, aveva già inviato in stampa le etichette. Questo mancato scambio di informazioni, nonché la sovrapposizione del workflow traduttivo con il processo parallelo di impaginazione e stampa, non ha dunque reso possibile l'apporto di ulteriori modifiche al testo.

Nel presente paragrafo sono stati descritti e commentati diversi esempi di revisioni svolte sui testi tradotti dall'agenzia di traduzione. Come emerso dall'analisi, la fase di revisione è

¹¹⁴ Al contrario, con *Inneneinrichtung* si fa riferimento, in maniera più specifica, a "Möbel für den Innenbereich" (ossia "mobiliario per interni", <https://www.dwds.de/wb/Inneneinrichtung>, ultima consultazione 28/01/2023).

profondamente influenzata dai diversi attori coinvolti, nonché dalle conoscenze specialistiche, dalle competenze linguistiche e, in alcuni casi, dallo status di ciascuno di loro. Si è infatti osservato che anche traduzioni e revisioni legittime possono non venire accettate laddove queste non siano in linea con le aspettative di altri attori coinvolti. Inoltre, per produrre un buon testo finale è necessario un elevato grado di cooperazione, che risulta più difficile da raggiungere quando non si ha familiarità con il lavoro svolto dagli altri soggetti. Ad esempio, l'apporto di revisioni non motivate può rendere difficile la spiegazione dei feedback da parte di P5 e, di conseguenza, l'implementazione degli stessi da parte dei traduttori. Infine, per trarre il massimo vantaggio dalla fase di revisione è necessario che questa venga coordinata con gli altri processi in atto in azienda, come la stampa o pubblicazione dei testi.

4.3.1.4 L'organizzazione finale

La fase finale del processo traduttivo consiste nella raccolta e memorizzazione dei testi tradotti. Nei due sottoparagrafi che seguono verrà descritto in un primo momento come P5 gestisce i testi restituiti dall'agenzia e revisionati dai revisori interni (cfr. 4.3.1.4.1). Successivamente, l'attenzione verterà sui glossari terminologici impiegati in azienda (4.3.1.4.2). Questi servono a raccogliere e riutilizzare la terminologia impiegata nel corso del tempo e sono stati descritti per ciascun ufficio rispettivamente nei paragrafi 4.2.1.2 (ufficio export) e 4.3.1.2 (ufficio marketing). L'approfondimento proposto al paragrafo 4.3.1.4.2 mira, più nello specifico, a verificare se la terminologia in uso presso i due reparti sia uniforme e standardizzata, come auspicabile in ambito aziendale (cfr. 1.3.5).

4.3.1.4.1 Memorizzazione e riutilizzo dei testi tradotti

Per quanto riguarda l'organizzazione della documentazione tradotta, P5 si avvale di diverse cartelle disponibili sul proprio computer. Al loro interno salva i testi ricevuti dall'agenzia di traduzione o dai revisori, indicando nel nome del rispettivo file la lingua di destinazione (p.es. “_EN”) e la presenza di un'eventuale revisione (p.es. “_EN_rev”). P5 ha inoltre accesso alle traduzioni prodotte dall'ufficio export all'interno dello spazio intranet aziendale. Al contrario, le traduzioni inviate dall'agenzia non sembrano venire condivise con l'ufficio export. P2 (dell'ufficio export) mi spiega che, sebbene i due uffici si occupino di testi diversi, è possibile che alcuni documenti siano comuni o contengano descrizioni simili. Tuttavia, la mancanza di un'organizzazione centralizzata della documentazione multilingue prodotta da entrambi i reparti fa correre il rischio di lavorare a traduzioni già svolte da

altri. Ad esempio, in un'occasione P2 aveva notato alcune descrizioni di prodotti già tradotte dall'ufficio marketing ma non condivise con il suo ufficio:

recentemente abbiamo richiesto anche all'ufficio marketing banalmente la lista delle traduzioni che erano state fatte per [...] una delle nostre linee. Le traduzioni [per la linea in questione] non le facciamo noi [ma l'ufficio marketing]. Ci eravamo resi conto che su alcuni software già erano state caricate in determinate lingue e avevamo chiesto una lista per allineamento. Perché magari ci eravamo ritrovati a dover caricare alcune descrizioni su altri software ed era stato poi scoperto che erano già state tradotte.
(INT_P2)

Le sfide legate al workflow traduttivo non terminano dunque con la ricezione e revisione del testo tradotto ma proseguono anche in seguito, nella fase di organizzazione e gestione della documentazione multilingue. Come emerso dalle righe precedenti, questa fase è profondamente influenzata dalle risorse materiali, in particolare dagli artefatti di archiviazione di cui l'impresa dispone, ma anche dal grado di cooperazione tra l'ufficio export e l'ufficio marketing e dal grado di coordinazione dei rispettivi workflow traduttivi.

4.3.1.4.2 I glossari terminologici: ufficio export e ufficio marketing a confronto

I glossari impiegati rispettivamente dall'ufficio export e dall'ufficio marketing possono rappresentare un valido ausilio per tenere traccia dei termini tradotti e discussi nel tempo. Tuttavia, il dialogo con il personale e il raffronto dei rispettivi glossari lascia emergere una certa disomogeneità tra i termini in uso in ciascun reparto. Nella tabella seguente vengono mostrati alcuni esempi di varianti terminologiche relative al tedesco individuate nei glossari dei due uffici. Le varianti sono state classificate riprendendo la distinzione tra varianti denominative e varianti concettuali descritta nel paragrafo 1.3.5.

Termine italiano	Ufficio export	Ufficio marketing
Varianti denominative		
Vernice all'acqua	wasserbasierter Lack	Lack auf Wasserbasis, wasserbasierter Lack
Vernice acrilica	Akryllack, Acryllack	Acryllack
Vernice BIO	BIO-Lack	BIO Lack

Vernice trasparente	transparenter Lack	Klarlack
Varianti concettuali		
Vinaccia	dunkelrot	Vinaccia
Impregnante-finitura	Imprägnierung/Decklack; Imprägniermittel/Decklack	Holzschutz
Smalto	Email	Holzfarbe

Tabella 11 - Varianti terminologiche nei glossari aziendali

Nei primi tre casi si assiste a una variazione denominativa che non ha dunque ripercussioni sul piano concettuale. Ad esempio, tra *wasserbasierter Lack* e *Lack auf Wasserbasis* sussiste una variazione di tipo sintattico che non comporta un'asimmetria concettuale. Lo stesso vale per le varianti ortografiche *Akryllack/Acryllack* e *BIO-Lack/BIO Lack* in cui si notano due tipi di variazione piuttosto frequenti nella lingua tedesca: il ricorso alternato a consonanti di derivazione germanica e straniera (*k* e *c*) e l'utilizzo disomogeneo del tratto d'unione. Nel quarto esempio si è in presenza di due sinonimi, in cui la differenza è innescata dall'origine germanica o latina del termine (rispettivamente *Klarlack* e *transparenter Lack*). Questi tipi di variazione non compromettono la comunicazione ma possono rendere il linguaggio impiegato nella documentazione aziendale meno uniforme e indebolire la *Corporate Identity* (cfr. 1.3.5).

Gli ultimi tre esempi meritano invece una riflessione a parte, poiché si contraddistinguono per una variazione di tipo concettuale. L'osservazione sul campo ha consentito di superare la sola dimensione testuale e di ricostruire le ragioni di questa variazione grazie al confronto con il personale aziendale. Il quinto esempio riguarda il termine *vinaccia*, con cui l'impresa fa riferimento al colore di una delle vernici prodotte che richiama quello del mosto. Il termine viene tradotto con un generico *dunkelrot* presso l'ufficio export, mentre resta invariato nel reparto marketing. P5 mi spiega che il suo ufficio ha scelto consapevolmente di lasciare in italiano la denominazione di alcuni colori nei cataloghi pubblicitari per evocare un richiamo all'Italia e catturare maggiormente l'attenzione dei clienti finali. Un'altra variazione significativa riguarda il termine *impregnante-finitura*, con cui l'impresa fa riferimento a un prodotto applicato sul legno per esterni che penetra al suo interno, lo protegge dagli agenti atmosferici e crea una finitura sulla superficie. L'ufficio export adotta due traduzioni più prossimi all'italiano, ossia *Imprägnierung/Decklack* e *Imprägniermittel/Decklack* mentre l'ufficio marketing ricorre a un termine che si scosta maggiormente dalla lingua di partenza, ossia *Holzschutz*. Anche in questo esempio si riscontra un'equivalenza solo parziale tra le varianti, poiché la prima evidenzia il tipo di prodotto e le sue funzioni, mentre la seconda si focalizza maggiormente sul vantaggio che deriva dall'applicazione del prodotto sul legno. L'ultimo esempio

riguarda invece il termine *smalto*. L'ufficio export lo traduce con *Email*, mentre l'ufficio marketing utilizza un termine più generale, ossia *Holzfarbe*. Per chiarire come mai ciascun reparto utilizzi una variante diversa è stato necessario un confronto con il *sales manager* addetto al consolidamento dell'azienda in Germania. Quest'ultimo mi spiega che il termine *Email* non è di per sé errato, ma viene utilizzato principalmente con riferimento ai prodotti vernicianti da applicare come strato protettivo su superfici in metallo o ceramica. Nell'industria del legno, il termine *smalto* rimanda a vernici che creano una patina coprente sulla superficie legnosa e le conferiscono un determinato colore. In base alla sua esperienza, le imprese tedesche utilizzano con questa accezione più frequentemente il termine *Holzfarbe*. Il termine mette inoltre in risalto il risultato atteso dall'applicazione del prodotto, ossia la copertura e colorazione della superficie legnosa.

La scelta di lasciare invariata una denominazione italiana per finalità di branding (*vinaccia*), di utilizzare un termine che descrive chiaramente i vantaggi di un dato prodotto (*Holzschutz*) o più attestato nel settore e nei mercati di destinazione (*Holzfarbe*) è senza dubbio fondata e rispecchia le esigenze specifiche dell'ufficio marketing. Come descritto al paragrafo 1.3.5, è senz'altro positivo che ciascun reparto selezioni la variante più chiara per i propri destinatari e che meglio consente di perseguire le proprie finalità. Si notano al contempo diverse criticità. In primo luogo, l'utilizzo dei glossari sembra piuttosto dispersivo, dal momento che è difficile risalire a chi abbia realizzato o disponga del glossario, alla data di creazione o di ultima modifica. In molti casi, i dipendenti stessi non sono consapevoli dell'esistenza di glossari simili a propri negli altri reparti. In secondo luogo, i glossari non vengono aggiornati in maniera centralizzata, ad esempio tramite un sistema *cloud*, ma dai dispositivi dei singoli dipendenti. Il risultato sono diverse versioni in circolazione nei vari uffici e presso l'agenzia di traduzione. Inoltre, a differenza dei sistemi professionali di gestione terminologica, i glossari in Excel rendono difficile normare in maniera chiara i termini e associare loro ulteriori dati (cfr. Schmitz 2020) come definizioni, contesti d'uso e informazioni circa le varianti da preferire.

4.3.2 Gli attori coinvolti

I paragrafi seguenti approfondiscono la descrizione degli attori coinvolti nel workflow traduttivo esterno. Nel paragrafo 4.3.2.1 vengono descritti l'agenzia di traduzione e l'impatto che questa esercita, in qualità di fornitore professionista di servizi linguistici, sulla buona riuscita dell'incarico. Nel paragrafo 4.3.2.2 viene ripresa la descrizione delle interazioni tra P5 e, rispettivamente, l'agenzia di traduzione e i collaboratori aziendali per individuare buone pratiche o attriti che hanno un impatto sul workflow complessivo.

4.3.2.1 L'agenzia di traduzione: l'apporto dei professionisti

Secondo Antonini et al. (2017a:7, cfr. 1.2.2.2.1), i professionisti sono solitamente soggetti assunti e remunerati appositamente per svolgere una data attività. Inoltre, il loro lavoro si basa su standard precisi e conferisce loro un certo prestigio sociale legato al proprio status professionale. A differenza dei traduttori interni, l'agenzia di traduzione si compone di soggetti che rivestono il ruolo di traduttori o di *project manager* e vengono remunerati appositamente per svolgere l'attività traduttiva o di *project management*. La definizione di Antonini et al. (2017a:7, cfr. 1.2.2.2.1) sembra dunque, almeno in parte, essere soddisfatta. Gli ultimi due punti della definizione, ossia lo svolgimento dell'attività lavorativa secondo degli standard precisi e il prestigio a essa legata, meritano un ulteriore approfondimento.

Per farlo, si considerino le revisioni descritte in precedenza e, in particolare, quelle relative alla lingua inglese. Come anticipato, P5 chiede frequentemente la correzione delle traduzioni verso l'inglese e lo fa per due motivi principali. In primo luogo, l'inglese rappresenta un mezzo comunicativo ad ampio raggio che riveste un ruolo cruciale nel consolidamento della presenza dell'impresa all'estero. In secondo luogo, l'inglese è la lingua nota alla maggior parte dei soggetti interpellati da P5 ed è pertanto anche quella per cui sono stati raccolti più feedback nel corso del tempo, alcuni dei quali negativi. Da alcuni feedback dei revisori traspare una sorta di sfiducia nei confronti dell'agenzia, di cui viene sottolineato – come mi spiega P5 – il ruolo di 'ente esterno' che non ha familiarità con il linguaggio settoriale dell'impresa. D'altra parte, l'agenzia di traduzione è consapevole che solo una cooperazione continuativa con gli esperti può consentire il perfezionamento delle memorie di traduzione e dei database terminologici da essa impiegati e ha adottato nel tempo diverse misure finalizzate a tenere traccia dei feedback ricevuti.

Un esempio emerge da uno scambio avvenuto tra P5 e il *project manager* dell'agenzia di traduzione il 2 novembre 2020 a seguito di una revisione svolta da SM2 sulla traduzione in inglese di una newsletter. Nella newsletter (Mkt_nws2) si parlava di *vernici opache*, tradotto in inglese con *matte coatings*. SM2 aveva corretto *matte* con *matt*, indicando quest'ultima forma come la variante ortografica da preferire. Tuttavia, il *project manager* dell'agenzia di traduzione spiega a P5 che la variante *matte* era stata segnalata dall'azienda stessa alcuni anni prima e, a riprova di ciò, invia a P5 un glossario in Excel (Mkt_gl3) contenente una cronologia di 240 termini discussi nel tempo con l'azienda. Al suo interno, oltre a *matte*, sono riportati anche altri termini revisionati, nonché spiegazioni e la data di invio dei rispettivi feedback. Ad ogni modo, alla luce della nuova correzione, il *project manager* dell'agenzia comunica che la revisione è stata riportata nel glossario in Excel e

propone a P5 di proseguire la collaborazione adottando diverse misure finalizzate al miglioramento della terminologia e dello stile. Per quanto riguarda la terminologia, il *project manager* suggerisce di continuare a inviare feedback, in modo da aggiornare ulteriormente il glossario in Excel e trasferirne il contenuto nei database terminologici e nelle memorie di traduzione dell'agenzia. Per quanto riguarda lo stile, il *project manager* sottolinea che, per la traduzione dei testi prodotti dall'ufficio marketing, l'agenzia di traduzione si attiene alle raccomandazioni della norma UNI ISO 17100 e ricorre a traduttori specializzati in marketing. Al contempo, richiede l'invio del modulo contenente le specifiche di progetto (cfr. 4.3.1.1) ed eventuali linee guida da cui desumere lo stile che l'impresa si aspetta di ritrovare nelle traduzioni. Inoltre, propone una riunione per discutere ulteriormente le revisioni apportate dal personale aziendale.

L'episodio appena descritto mostra come l'agenzia di traduzione operi secondo standard precisi, in particolare secondo la norma UNI ISO 17100. Come raccomandato in quest'ultima, l'agenzia adotta diverse misure amministrative, tecniche e linguistiche nelle fasi pre-produttiva, produttiva e post-produttiva (cfr. 1.2.2.1). Al contempo, non sembra godere sempre di prestigio per la sua attività professionale agli occhi dei revisori. Un riconoscimento maggiore proviene da P5 che, relazionandosi frequentemente con l'agenzia, ha imparato ad apprezzarne il modo di lavorare: “in molti casi l'agenzia – quando gli facciamo presenti dei dubbi – fa presente che c'è stata o c'è una ricerca. Per cui cerca sempre di dare una motivazione per la scelta di un termine piuttosto che di un altro” (INT_P5). Dalle parole di P5 emerge, più in generale, l'apporto professionale con cui l'agenzia plasma il workflow traduttivo e il testo finale. Questo apporto diviene evidente in diverse fasi del processo:

- a. nella fase propedeutica alla traduzione, l'agenzia propone una formulazione più accurata degli incarichi traduttivi tramite documenti appositi (cfr. 4.3.1.1),
- b. nella fase traduttiva si avvale di memorie di traduzione, database terminologici e testi di riferimento inviati dall'impresa e agisce secondo gli standard di settore,
- c. a conclusione della traduzione invia, quando necessario, le motivazioni a sostegno di determinate scelte terminologiche e stilistiche (cfr. 4.3.1.2),
- d. una volta ricevute le revisioni tiene traccia dei feedback pervenuti nel corso del tempo tramite documenti appositi,
- e. avanza proposte per migliorare la cooperazione con gli attori coinvolti, ad esempio l'organizzazione di riunioni per discutere i feedback dell'impresa.

4.3.2.2 La rete di collaboratori: cooperazione e coordinazione del lavoro

Come emerso nei paragrafi precedenti, P5 interagisce con due diverse comunità: l'agenzia di traduzione (il *project manager* e, indirettamente, i traduttori) e il personale aziendale. Ciascuna di queste due comunità fornisce il proprio contributo, talvolta in maniera inconsapevole, alla buona riuscita del processo traduttivo. La comunità dei traduttori e dei *project manager* traduce i testi e, con le proprie competenze e conoscenze, fornisce un apporto di tipo professionale. La comunità aziendale si compone invece degli autori dei testi, degli informatori e dei revisori. Particolarmente rilevante per il processo traduttivo è il contributo fornito dai revisori per l'ottimizzazione del testo finale e dagli informatori per la scelta della terminologia corretta da impiegare. L'interazione di P5 con entrambe le comunità comporta numerose sfide, nonché un elevato grado di coordinazione del lavoro e della comunicazione tra i diversi attori coinvolti.

Per quanto riguarda la comunità dei traduttori, una delle difficoltà segnalate da P5 era la gestione, in passato, dei rapporti con diversi fornitori di servizi linguistici:

quando dovevamo mandare una traduzione, ci capitava di dover mandare N e-mail per quante erano le agenzie che traducevano per noi. Poi abbiamo iniziato la collaborazione con una a cui piano piano – avendo fatto anche questo lavoro a livello di glossario – abbiamo appunto dato in carico tutte le lingue. (INT_P5)

Come emerge dalle parole di P5, la collaborazione con più fornitori di servizi linguistici comportava un invio multiplo di incarichi traduttivi, feedback e materiale di riferimento. La complessità di un processo del genere superava la capacità produttiva di P5 e dell'ufficio marketing. Pertanto, si è deciso di circoscrivere gradualmente l'attività traduttiva in un unico fornitore, ossia nell'agenzia di traduzione con cui l'impresa collabora tuttora. La scelta di quest'ultima è stata incentivata dall'elevato grado di cooperazione da essa mostrato nel migliorare la terminologia dei testi tramite il perfezionamento continuo di un glossario condiviso. Inoltre, P5 apprezza l'utilizzo da parte dell'agenzia delle memorie di traduzione, una tecnologia di cui altri fornitori non avevano mai parlato:

adesso conosco perlomeno il discorso delle memorie di traduzione e quant'altro. Ad esempio, quell'agenzia [...] con cui abbiamo lavorato per molto tempo...non mi ha mai parlato di memoria di traduzione [...]. Capitava nel corso del tempo che facessimo delle revisioni ma poi il problema ritornava. Ora troviamo meno contestazioni [dai

revisori] rispetto al passato perché ci stiamo migliorando nel corso del tempo.

(INT_P5)

Per quanto riguarda la comunità aziendale, P5 si trova ad affrontare numerose sfide legate alla cooperazione con i revisori. Alcune di queste sono emerse nel paragrafo 4.3.1.3 e consistevano in:

- a. revisioni per le quali non viene fornita una motivazione chiara che consenta all'agenzia di non ripetere lo stesso errore in futuro,
- b. revisioni svolte senza che P5 ne fosse a conoscenza e pervenute quando il materiale è già in stampa.

Vi è poi una terza casistica che non riguarda le interazioni bilaterali tra P5 e i singoli revisori ma la coordinazione e uniformazione del lavoro di revisori diversi nel corso del tempo, i cui feedback possono risultare contrastanti. Ad esempio, il 3 novembre 2020 P5 mi mostra una revisione apportata da SM2 alla traduzione di una newsletter (cfr. Mkt_nws2, già menzionata in 4.3.2.1). Nel testo compariva il termine complesso *pavimentazione in legno*, tradotto con *wood flooring* dal traduttore esterno. La scelta del traduttore rispecchia la traduzione della locuzione *in legno* concordata con l'impresa a seguito di una revisione da parte dell'altro revisore (SM1, che aveva sostituito *wooden* con *wood*, come descritto nel paragrafo 4.3.1.3). Per questo nuovo testo, P5 commissiona la revisione a SM2 che è disponibile a svolgerla. SM2 sostituisce tuttavia *wood* con *timber*, scelta in contrasto con la revisione precedente di SM1 e che richiede ulteriori approfondimenti da parte di P5, nonché un nuovo confronto incrociato con entrambi i revisori.

Non si deve tuttavia pensare che il personale aziendale sia completamente indifferente a questioni terminologiche e traduttive. In alcuni casi sono proprio i colleghi di P5 che, su iniziativa personale, decidono di confrontarsi sulla terminologia da impiegare nei testi destinati ai mercati esteri. Un esempio degno di nota è il termine *impregnante*, con cui si fa riferimento a un prodotto per la protezione delle superfici in legno esposte all'azione degli agenti atmosferici. L'impresa è solita tradurre il termine *impregnante* con *Imprägnierung* o *Imprägniermittel*, ma questi termini non convincono SM1, il *sales manager* addetto al consolidamento dell'impresa sul mercato tedesco. SM1 sospetta che, nonostante il termine italiano e i corrispettivi tedeschi sembrino simili, non vi sia una vera e propria corrispondenza tra i prodotti denominati *impregnanti* in Italia e gli *Imprägnierungen* in Germania. Il 15 dicembre 2020, SM1 decide di raccogliere maggiori informazioni e contatta un tecnico della casa madre italiana, coinvolgendomi nella discussione. Di seguito viene mostrato un estratto del messaggio di SM1:

Ciao XXX,

ho notato che in Germania quando usano il termine “Holzimprägnierung” intendono prodotti con contenuto di biocidi. [LINK¹¹⁵].

I nostri impregnanti hanno un bassissimo contenuto di biocidi. Ritengo quindi che il termine Holzimprägnierung non sia adatto a tradurre i nostri impregnanti.

Dalle informazioni confrontate online, i nostri prodotti per esterno ricadono sotto il cappello delle Holzlasur.

A proposito delle Holzlasur, c'è un ulteriore distinguo da fare:

- Dünnschichtlasur: È adatto per rivestimenti in legno, pergole o recinzioni che non sono dimensionalmente stabili.
- Dickschichtlasur: È adatto per finestre e porte che non devono perdere la loro precisione dimensionale.

Seguendo queste definizioni i nostri impregnanti ricadrebbero sotto “Dünnschichtlasur” mentre invece le nostre finiture per esterno ricadrebbero sotto “Dickschichtlasur”.

(Mkt_Msg3)

Per verificare l'effettiva equivalenza dei concetti a cui rimandano rispettivamente i termini *impregnante* e *Holzimprägnierung*, SM1 presenta in dettaglio la sua ipotesi al tecnico, in modo da ottenere da quest'ultimo una conferma o una correzione. L'ipotesi di SM1 è che il termine *Holzimprägnierung* venga usato in Germania per fare riferimento ai soli prodotti per esterni contenenti biocidi. L'impresa osservata utilizza due tipi di impregnanti per esterni: gli *impregnanti di finitura*, che non contengono biocidi, e alcuni *impregnanti generici* che ne contengono una percentuale molto bassa. SM1, che ne è consapevole, ritiene che il termine più idoneo per descrivere entrambe le categorie non sia *Holzimprägnierung* ma *Holzlasur*. Al contempo, questo termine funge da iperonimo per due possibili iponimi: *Dünnschichtlasur* e *Dickschichtlasur* che, secondo SM1, potrebbero rendere adeguatamente le principali tipologie di prodotti dell'impresa. Per agevolare la comprensione da parte del tecnico e motivare la propria ipotesi, SM1 condivide le informazioni reperite in rete nei siti web di alcune aziende tedesche. Il tecnico italiano risponde il giorno successivo e, grazie alle informazioni fornite da SM1, può esprimersi relativamente ai termini *Dünnschichtlasur* e *Dickschichtlasur* e conferma l'ipotesi di SM1. A conclusione di questo scambio, SM1 aggiunge:

¹¹⁵ In questa sezione del messaggio, SM1 inserisce un link di rimando al sito web di un'impresa tedesca che produce impregnanti e in cui la descrizione dei prodotti è disponibile in più lingue. Il link è il seguente: <https://www.osmishop.com/en/exterior/facades-fences/46/osmo-wr-base-coat-4001-clear> (ultima consultazione 28/01/2023).

Quindi la nostra traduzione [...] va corretta [...].

In generale nei mercati di lingua tedesca ci sono molti prodotti per esterno contenenti biocidi, non solo impregnanti (come li intendiamo noi) [...].

Io mando la mia proposta ma ci sarebbe da farla controllare poi ai nostri colleghi tedeschi. Il problema è associare il giusto termine al giusto prodotto perché come nel caso dell'impregnante non sempre una traduzione diretta è quella giusta.

(Mkt_Msg3)

Da quest'ultimo estratto emerge la complessità del raffronto non solo tra la terminologia impiegata rispettivamente in italiano e in tedesco ma anche tra pratiche manifatturiere di paesi differenti. SM1 spiega che nei mercati di lingua tedesca, a differenza di quello italiano in cui opera l'impresa, vi è un'offerta molto più ampia di prodotti per legno da esterni e non è sempre possibile individuare una corrispondenza esatta. A seconda dei prodotti specifici a cui ci si riferisce, il traduttore migliore può essere in alcuni casi *Dünnschichtlasur*, in altri *Dickschichtlasur* e, più raramente, *Holzimprägnierung*. Per questo, SM1 sottolinea la necessità di chiedere un'ulteriore conferma ai tecnici della filiale tedesca e di correggere la terminologia attualmente impiegata. Infine, dalle parole conclusive della sua mail emerge la consapevolezza che una "traduzione diretta" (ossia di *impregnante* con *Holzimprägnierung*) può risultare errata.

L'episodio descritto fa emergere lo sforzo condiviso di più attori per l'ottimizzazione della terminologia contenuta nei testi aziendali. Questa cooperazione si svolge attingendo alle risorse umane di cui l'impresa dispone, ossia ai suoi collaboratori interni ed esterni, ma anche ad artefatti di varia natura. In questo caso SM1 sfrutta i contenuti reperiti sul web e la comunicazione tramite e-mail per condividere informazioni e giungere a una soluzione condivisa. La cooperazione qui descritta necessita poi, in un secondo momento, di una coordinazione complessiva a livello aziendale. Una volta individuato il termine corretto sarà opportuno dividerlo con tutti i soggetti coinvolti nei workflow traduttivi e, in particolare, con l'ufficio export e l'agenzia di traduzione.

4.3.3 Testi pubblicitari: il prodotto nel processo

Dai paragrafi precedenti si evince lo stretto legame tra il prodotto finale della traduzione, il processo che porta alla sua produzione e il più ampio contesto aziendale in cui il processo si svolge. A differenza dell'ufficio export, dove il processo traduttivo avviene all'interno di un unico ufficio, il workflow esternalizzato viene gestito da comunità distanti tra loro e si compone di più passaggi. La complessità di questo processo e la sua natura 'distribuita' hanno reso pressoché impossibile tracciare

dall'inizio alla fine l'ontogenesi dei singoli testi. Tuttavia, i diversi estratti testuali descritti in 4.3.1 e in 4.3.2 mostrano chiaramente come il testo finale sia il risultato di numerosi *lenkende Einflüsse* (cfr. 1.2.2.4) provenienti dalle diverse comunità di attori coinvolti nel processo, dagli artefatti di cui questi si servono e dalle politiche linguistiche adottate dall'impresa.

Di seguito, le quattro dimensioni della comunicazione specialistica (cfr. Schubert 2007:248–59) descritte al paragrafo 4.2.3 vengono riprese e analizzate con riferimento al workflow esterno e ai relativi testi. Il fine consiste nel riepilogare i fattori esterni che influiscono sul contenuto, sulla forma linguistica, sul mezzo tecnico e sul processo lavorativo complessivo:

- a. il “contenuto” del testo finale è influenzato da quello del testo di partenza ma anche dalle correzioni dei revisori. Per quanto riguarda il testo di partenza, si ricorda che questo è già il frutto di una rielaborazione del materiale tecnico disponibile in azienda. La modifica del contenuto può avvenire anche in fase di revisione. Come descritto al paragrafo 4.3.1.3, capita che i revisori rimuovano, non sempre consapevolmente, alcune porzioni del testo tradotto. In altri casi aggiungono informazioni o modificano il contenuto del testo sostituendo verbi o sostantivi con altri di significato diverso.
- b. La “forma linguistica” del testo finale è fortemente influenzata dalle indicazioni ricevute dai traduttori sia nella fase di assegnazione dell'incarico che in quella di revisione.

In base al tipo di informazioni contenute al suo interno, l'incarico può restringere la sfera decisionale dei traduttori definendo chiaramente lo stile da usare, le parole da non tradurre o i termini specialistici da impiegare. Alcune di queste indicazioni sono il frutto delle politiche linguistiche e delle strategie di *branding* adottate dall'impresa e riportate in documenti ufficiali (p.es. il *Tone of Voice* aziendale). In altri casi, si tratta di indicazioni discusse tra l'impresa e l'agenzia solo in determinate occasioni (cfr. 4.3.1.2) che vengono tuttavia seguite dai traduttori anche nei lavori successivi e si consolidano nel tempo all'interno dei testi.

Molti *lenkende Einflüsse* hanno origine nella fase di revisione del testo tradotto. La revisione è infatti uno strumento di ottimizzazione e ha un impatto sia sul testo sottoposto a revisione che sulle traduzioni future: se la terminologia e le espressioni corrette vengono salvate dai *project manager* all'interno delle memorie di traduzione e dei database terminologici dell'agenzia, queste possono essere impiegate dai traduttori anche nelle traduzioni successive.

- c. Per quanto riguarda il “mezzo tecnico”, è stata notata una predilezione da parte di P5 per il formato .doc. Infatti, il testo prodotto dall'ufficio marketing deve essere rielaborato esternamente da diversi attori che non necessariamente dispongono di software di grafica come l'ufficio marketing. Il formato .doc rappresenta una soluzione flessibile che agevola

l'importazione dei testi nei CAT Tool, l'inserimento delle revisioni e l'elaborazione successiva del testo nei software di grafica.

- d. Il “processo lavorativo” riguarda la scelta degli artefatti e degli attori da coinvolgere. Per quanto riguarda gli artefatti, i traduttori professionisti si servono di strumenti di traduzione assistita che a loro volta hanno un impatto sul testo finale, poiché consentono il mantenimento invariato di layout, terminologia e segmenti testuali ricorrenti.

Per quanto riguarda la scelta degli attori da coinvolgere nel corso del processo, i fattori che giocano un ruolo decisivo sono le competenze e conoscenze del personale aziendale. In assenza di traduttori interni all'ufficio marketing, le traduzioni devono venire necessariamente esternalizzate. Gli attori coinvolti nel corso del processo sono informatori e revisori e anche questi vengono scelti sulla base delle loro competenze linguistiche e conoscenze specialistiche. Si noti infine come non sono solo tali competenze e conoscenze ad avere un impatto sul testo finale ma anche eventuali preferenze linguistiche individuali dei revisori (cfr. 4.3.1.3).

4.4 Sintesi e discussione dello studio di caso

Nel capitolo 4 è stato presentato un caso di studio specifico. L'analisi è stata incentrata in un primo momento sul workflow interno e successivamente sul workflow esterno dell'impresa. In entrambi i casi il processo traduttivo è stato analizzato come componente del più ampio processo di comunicazione specialistica, senza trascurare dunque le fasi che precedono e quelle che seguono la traduzione vera e propria. È stata inoltre adottata una prospettiva “situata” di processo traduttivo (cfr. 1.2.1.2), incentrata sull'analisi del workflow complessivo ma anche degli artefatti di cui si servono i soggetti in ciascuna fase e della rete sociale in cui operano.

Il ricorso all'osservazione partecipante come metodo di raccolta dei dati ha consentito di analizzare l'operato dei singoli attori alla luce del più ampio contesto in cui si svolge il loro lavoro. Sia per quanto riguarda il workflow traduttivo interno che quello esterno, è stato possibile individuare diversi fattori contestuali che hanno un impatto sull'attività dei soggetti coinvolti e, di conseguenza, sul prodotto finale della traduzione. Per riassumere il legame che sussiste tra i diversi elementi del processo traduttivo nel contesto aziendale, di seguito vengono discusse quattro dimensioni: l'“ecosistema aziendale”, le “comunità e attori” coinvolti, le “fasi” del processo e i “testi”.

Con “ecosistema aziendale” si intende qui il contesto aziendale specifico in cui si svolge il processo traduttivo. L'ecosistema aziendale è caratterizzato da un certo “grado di complessità”, da “risorse” di vario tipo e dall'applicazione di determinate “strategie di gestione linguistica”. Con

“grado di complessità” si fa qui riferimento alle dimensioni aziendali e al livello di strutturazione interna. Un’impresa come quella appena descritta, di grandi dimensioni e con sedi estere, si contraddistingue per un grado di complessità maggiore rispetto a una microimpresa priva di sedi all’estero. Le “risorse” possono essere, come anticipato (cfr. 3.3.3.1), sia umane che materiali. Nel primo caso si fa riferimento all’organico e al tipo di figure professionali presenti nell’impresa e, nel secondo caso, ai diversi artefatti disponibili per l’utilizzo da parte del personale interno. Con “strategie di gestione linguistica” (cfr. 1.3.4) si intendono sia le politiche esplicite che le pratiche implicite con cui l’organizzazione gestisce la comunicazione multilingue con l’estero. Nell’impresa osservata si riscontra una strategia incentrata sull’adattamento della comunicazione in base alla lingua dei propri partner esteri. Questa strategia viene perseguita principalmente dall’ufficio marketing che, a differenza dell’ufficio export, può contare sulla collaborazione con traduttori professionisti esterni (cfr. 4.3.1.1).

Con “comunità e attori” si fa riferimento alla dimensione interazionale e sociale del processo traduttivo. Le comunità si formano attraverso l’operato collettivo di diversi attori poiché, riprendendo Schubert (2007:252): “Die Menschen, die in einer Gemeinschaft zusammenleben, bilden gemeinsame Gewohnheiten heraus [...]. Solange [...] die Mitglieder einer Gemeinschaft in hinreichend engem Kontakt zueinander leben, können sie ihre gemeinsamen Gewohnheiten aufrechterhalten”.¹¹⁶ Queste comunità non sono disgiunte né dal più ampio contesto aziendale né l’una dall’altra. Si configurano piuttosto, per usare l’espressione proposta da Risku (cfr. 1.2.1.5.1), come “shifting communities” poiché le interazioni non si verificano solo all’interno di ciascuna comunità ma anche tra una comunità e l’altra attraverso la comunicazione tra i diversi attori. Questo dato emerge chiaramente dall’analisi del caso di studio. Nell’operato quotidiano è possibile, ad esempio, che il responsabile dell’ufficio marketing interagisca con il *project manager* dell’agenzia di traduzione per definire un incarico oppure che un impiegato-traduttore contatti un membro dell’ufficio tecnico per chiedere informazioni. La “cooperazione” per un obiettivo comune e lo “scambio di informazioni” tra diversi attori sono gli elementi che incentivano la formazione di nuove comunità o il contatto tra quelle esistenti. Naturalmente, la cooperazione tra attori provenienti da comunità diverse rappresenta anche una sfida, poiché: “jede der Beteiligten in einer anderen Fachkultur sozialisiert wurde und ihren eigenen Blick auf die jeweilige Situation mitbringt” (Risku 2016:98).¹¹⁷ È anche per questo motivo che, come illustrato nel corso dell’analisi, le interazioni tra i diversi attori necessitano di un certo

¹¹⁶ “Le persone che fanno parte della stessa comunità danno origine ad abitudini comuni [...]. Queste abitudini vengono mantenute finché [...] i membri della comunità vivono a contatto sufficientemente stretto gli uni con gli altri” (traduzione dell’autrice).

¹¹⁷ “La socializzazione dei soggetti coinvolti è avvenuta in contesti specialistici diversi. Di conseguenza, ciascun soggetto apporta a una data situazione la propria visione del mondo” (traduzione dell’autrice).

“grado di coordinazione” dall’alto per rendere più fruttuosa la cooperazione o per condividere in maniera centralizzata delle informazioni.

Focalizzando l’attenzione sugli attori, è stato possibile individuare diverse figure coinvolte all’inizio, durante e al termine della traduzione. Nella presente analisi sono stati ripresi principalmente gli attori descritti in Holz-Mänttari (1984:109–11) e in Schubert (2009b:21) e descritti al paragrafo 1.2.2.2.2. Particolarmente rilevanti sono gli autori e i co-produttori dei testi, i committenti, i traduttori, gli informatori e i destinatari. I destinatari, pur non facendo parte delle comunità coinvolte nel processo di redazione e traduzione, esercitano un impatto indiretto sul processo stesso. Come osservato in 4.2.1.1 è possibile che gli impiegati-traduttori del workflow interno vengano selezionati in base ai clienti finali o che, nel workflow esterno, P5 formuli l’incarico tenendo conto delle esigenze dei lettori (cfr. 4.3.1.1). A questi attori sono stati aggiunti i revisori, per via della loro rilevanza nella fase post-traduttiva del workflow esterno. Ciascun attore possiede diverse forme di “conoscenza”, intesa come conoscenza specialistica del tema trattato ma anche come conoscenza di pratiche e processi, nonché delle “competenze”. Riprendendo Schubert (2007:250), le competenze possono essere di natura linguistica, organizzativa o nell’utilizzo dei mezzi multimediali (ossia *Sprachkompetenz*, *Organisationskompetenz*, *Medienkompetenz*). Anche lo “status” di ciascun attore gioca un ruolo, ad esempio, in fase di revisione (cfr. 4.3.1.3). Come sostiene Risku (2016:99): “Wer Entscheidungen treffen darf, wer zu welchem Thema seine Meinung äußern kann und wer die Verantwortung trägt, hängt vom sozialen und fachlichen Status der Kooperationspartner[n] ab”.¹¹⁸ Un ultimo elemento significativo è la “capacità produttiva” dei singoli attori, intesa come la mole di lavoro che un certo attore può produrre in base al tempo e alle risorse di cui dispone. Ad esempio, se gli impiegati-traduttori dell’ufficio export non hanno capacità produttiva sufficiente, è possibile che la mole di traduzioni prodotte si riduca (cfr. 4.2.1.1).

Per quanto riguarda le “fasi”, l’analisi ha consentito di approfondire la fase propedeutica di formulazione dell’incarico, la fase traduttiva vera e propria e la fase di revisione. In maniera più marginale sono state considerate anche la fase di redazione dei testi di partenza e quella di organizzazione finale della documentazione multilingue. In entrambi i workflow, la serie di operazioni che portano alla produzione del testo di arrivo si alternano in maniera dinamica e presentano diversi gradi di rigosità. Ad esempio, nel workflow interno la fase di revisione da parte di un soggetto diverso dal traduttore viene spesso trascurata (cfr. 4.2.1.3). Nel workflow gestito in collaborazione con l’agenzia di traduzione è invece la revisione stessa che innesca un ritorno alla fase traduttiva qualora vi siano modifiche da apportare.

¹¹⁸ “Chi può prendere decisioni, esprimere la propria opinione e su quale argomento e assumersi responsabilità dipende dallo status sociale e professionale dei soggetti che cooperano” (traduzione dell’autrice).

Nel corso del workflow traduttivo anche i testi giocano un ruolo chiave. Con “testi” non si intendono solamente i testi di partenza e di arrivo – ossia i testi primari – ma anche i testi secondari e di riferimento (cfr. 2.4.2.1) che accompagnano il workflow traduttivo. Nel caso osservato, un testo secondario particolarmente rilevante è l’incarico traduttivo. Quest’ultimo viene impiegato principalmente dall’ufficio marketing e può presentare vari livelli di dettaglio. I testi di riferimento sono impiegati sia nel workflow interno che in quello esterno e possono consistere, ad esempio, in glossari, traduzioni pregresse e linee guida aziendali. In entrambi i workflow si riscontra tuttavia l’assenza quasi totale di misure finalizzate alla standardizzazione delle varianti terminologiche e alla condivisione e aggiornamento dei glossari. Le quattro dimensioni appena descritte vengono illustrate nel modello riportato nella Figura 30.¹¹⁹

¹¹⁹ Il modello è stato realizzato dall’autrice.

Ecosistema aziendale

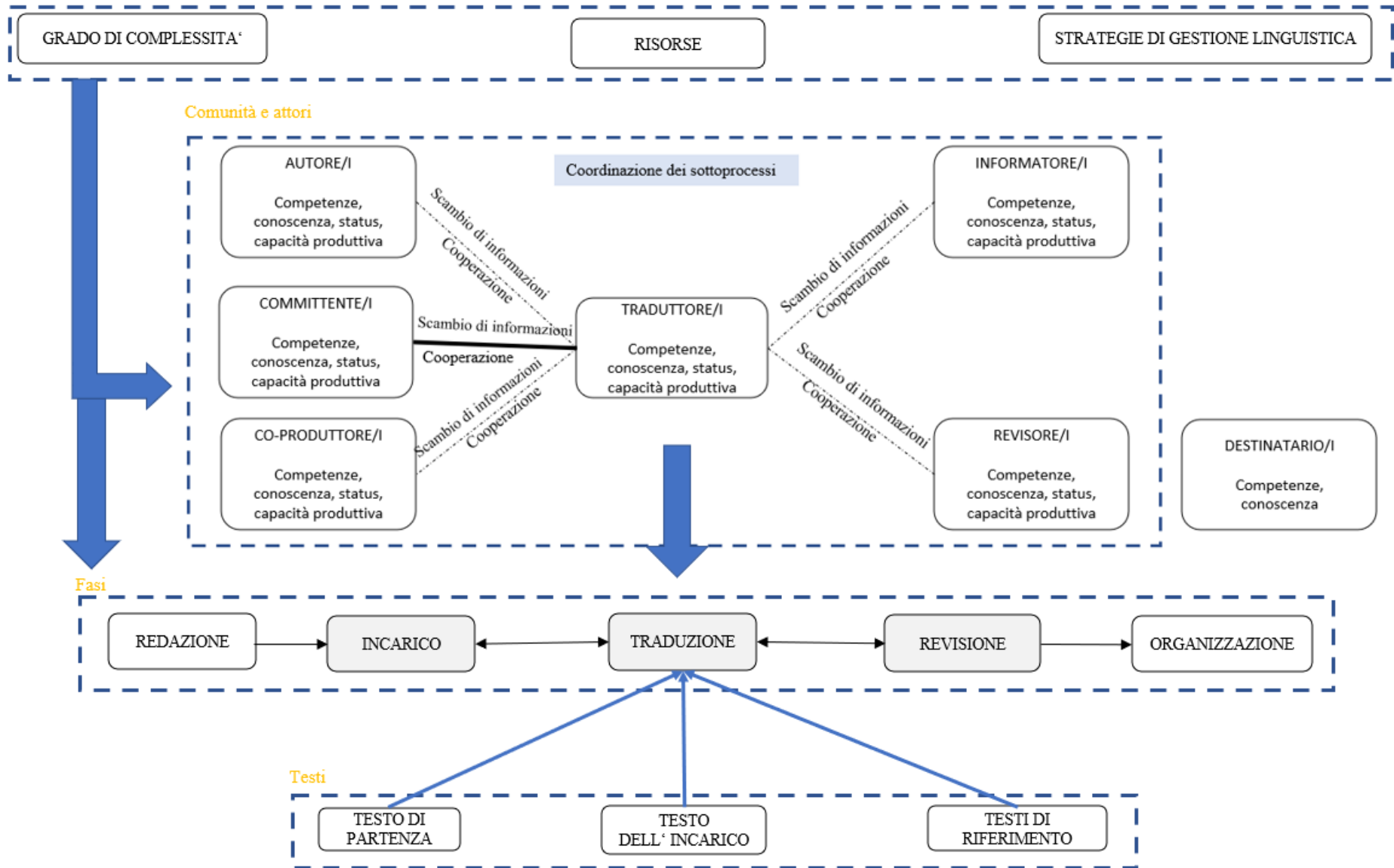


Figura 30 - Dimensioni del processo traduttivo in azienda

Il modello riproduce in maniera schematica le dimensioni, gli elementi di ciascuna dimensione e le relazioni tra le diverse dimensioni. Ciascuna dimensione è riportata all'interno di un riquadro tratteggiato e le relazioni tra le dimensioni sono indicate con frecce blu. Gli attori sono collegati da una linea tratteggiata, a indicare che la comunicazione è solo potenziale e non si verifica in tutti i progetti di traduzione. Ad esempio, se il testo viene esternalizzato, difficilmente si verifica una comunicazione diretta tra i traduttori esterni e il personale aziendale (p.es. gli autori e gli informatori). Con ogni probabilità sarà un referente aziendale a fungere da intermediario. Traduttori e committenti sono invece collegati da una linea continua, a sottolineare che tra questi deve necessariamente verificarsi una comunicazione al momento dell'assegnazione del testo da tradurre. Il modello è, in quanto tale, una rappresentazione astratta e semplificata del fenomeno osservato. In base ai workflow e ai progetti specifici è possibile che il numero di attori riportati sia inferiore o che alcune fasi del workflow vengano meno.

Per quanto riguarda le relazioni tra le diverse dimensioni, è possibile fare alcune considerazioni. Innanzitutto, l'ecosistema aziendale ha un impatto sulla composizione delle comunità coinvolte nel processo. L'impresa osservata presenta un grado elevato di complessità, dispone di un ampio ufficio export e di sedi estere. Per queste ragioni può deputare a figure interne una parte dell'attività traduttiva e ricorrere alle filiali estere per alcune traduzioni o per chiedere chiarimenti terminologici. Inoltre, nell'ecosistema aziendale osservato si adotta una strategia di gestione linguistica multilingue. Questa strategia ha un impatto sia sulla comunità interna di impiegati-traduttori che sull'ufficio marketing. Nel primo caso, gli impiegati-traduttori devono far fronte a un'elevata mole di lavoro legata alle diverse combinazioni linguistiche richieste. Pur non riuscendo sempre in questo intento, hanno sviluppato nel corso del tempo una forma routinaria di expertise traduttiva in un settore specifico. Nel secondo caso l'ufficio marketing, sprovvisto di competenze linguistiche interne, si rivolge invece ad attori esterni con una conseguente espansione della comunità deputata al workflow traduttivo. Le caratteristiche dell'ecosistema aziendale hanno un impatto anche sulle diverse fasi del processo traduttivo. Ad esempio, la fase di traduzione e di organizzazione finale sono influenzate dalle risorse materiali e umane presenti in azienda. In assenza di memorie di traduzione o database terminologici, il personale ricorre ad altri artefatti disponibili internamente (PLM, glossari Excel ecc.) e li utilizza per le proprie finalità traduttive o organizzative. Anche la revisione è possibile solo laddove siano presenti figure – presso la casa madre o le sedi estere – con le competenze linguistiche e/o le conoscenze specialistiche adeguate.

Inoltre, si è osservato come le comunità e gli attori esercitino un impatto sul processo traduttivo e plasmino le diverse fasi attraverso le proprie conoscenze e competenze. Ad esempio, i traduttori professionisti esterni contribuiscono a ottimizzare la fase di formulazione dell'incarico (cfr.

4.3.1.1). Gli informatori possono invece chiarire dubbi emersi durante la fase di traduzione (cfr. 4.2.2.2). Al contempo, si è sottolineato a più riprese che un basso grado di cooperazione tra gli attori – dovuto ad esempio ad una scarsa conoscenza del lavoro altrui – e l’assenza di coordinazione (cfr. 4.3.1.3) possono compromettere l’efficienza del workflow complessivo. Dall’analisi è emerso che anche la capacità produttiva degli attori può avere un impatto sul processo. Per esempio, quando gli impiegati-traduttori non hanno sufficiente tempo a disposizione è possibile che la fase di revisione venga saltata o che non si dedichi tempo all’aggiornamento dei glossari e del frasario interno.

Infine, i testi che accompagnano il workflow traduttivo influiscono sulla fase di traduzione. Il testo dell’incarico, laddove presente, condiziona l’operato del traduttore e ne restringe la sfera decisionale (cfr. Schubert 2009a: 131). In maniera simile, glossari e testi di riferimento influenzano le scelte traduttive e, di conseguenza, il testo finale.

5. Conclusioni e proposte

Nel presente capitolo vengono presentate le conclusioni complessive del lavoro (cfr. 5.1) e, successivamente, vengono discussi i limiti del progetto di ricerca e le linee di ricerca auspiccate per il futuro (cfr. 5.2). Infine, vengono illustrate proposte di miglioramento di alcune pratiche traduttive delle imprese marchigiane (cfr. 5.3).

5.1 Conclusioni

L'indagine descritta nei capitoli precedenti mirava a rispondere a due domande di ricerca. Queste vengono riprese nel presente capitolo e trattate alla luce dei risultati ottenuti.

La prima domanda (D1) era articolata in ulteriori sottodomande e formulata come segue:

D1: Quali pratiche traduttive vengono attuate nelle imprese della regione Marche?

- Quali strategie generali di gestione linguistica vengono adottate dalle imprese locali?
- Come viene gestito il processo traduttivo? Ossia:
 - Chi traduce?
 - Cosa viene tradotto?
 - Come si traduce?
- Quali problemi vengono riscontrati dalle imprese nella comunicazione multilingue?

Per rispondere a queste domande, è stata condotta un'indagine sul territorio che ha visto coinvolte 31 grandi imprese e 174 PMI. La composizione del campione rappresenta un elemento di originalità rispetto ad altre indagini condotte nella ricerca relativa alla gestione linguistica aziendale, tradizionalmente più incentrata sulle imprese di grandi dimensioni (cfr. Lavric, Lesk, e Stegu 2017:257) e ha consentito di far luce su tendenze comuni o divergenti di grandi imprese e PMI.

Per quanto concerne la prima sottodomanda, che verte sulle strategie di gestione linguistica adottate dalle imprese, si notano due tendenze predominanti. La prima riguarda le lingue scelte per la comunicazione interna ed esterna, ossia tra casa madre e sedi estere e con partner internazionali. L'indagine rivela una condizione di "bricolage linguistico". Questo termine, utilizzato per la prima volta da Lavric (2012:172), indica un approccio orientato al *laissez-faire* internamente all'impresa, non incentrato su una rigida pianificazione linguistica ma sul ricorso a diverse lingue, in base alle esigenze specifiche e alle competenze presenti internamente. Infatti, per quanto riguarda la comunicazione interna, solo 25 delle 66 aziende con sedi all'estero hanno selezionato un'unica

modalità comunicativa. Anche per quanto riguarda la comunicazione esterna, solo 21 unità hanno dichiarato di servirsi unicamente della lingua inglese (cfr. 3.2). Non sembrano esservi politiche linguistiche vere e proprie, ufficiali e documentate, quanto un ricorso informale a più lingue. In altre parole, le imprese analizzate non sono votate all'utilizzo di una sola lingua franca né a un adattamento totalizzante (cfr. 1.3.4.1). La seconda tendenza legata alle strategie di gestione linguistica consiste nell'offerta diffusa di corsi di lingua che prevale nelle grandi imprese ma viene adottata anche dal 41% delle PMI. Questo dato è in controtendenza con lo studio di Chiocchetti (2015) condotto presso le PMI altoatesine. In queste ultime, ben tre quarti non organizzano corsi per migliorare le competenze linguistiche del personale (Chiocchetti 2015:193). A differenza dell'Alto Adige, dove il personale aziendale è spesso in grado di comunicare almeno in italiano e in tedesco, le Marche sono un territorio monolingue dove il personale non padroneggia necessariamente una o più lingue straniere. Ciò rende il superamento delle barriere linguistiche (cfr. 1.3.2) più difficoltoso. L'ampia offerta di corsi di lingua lascia supporre che vi sia una consapevolezza duplice da parte delle imprese coinvolte nello studio: da un lato del ruolo strategico della comunicazione in lingua e dall'altro delle lacune linguistiche del proprio personale.

La seconda sottodomanda verte sulla gestione del processo traduttivo e si articola in tre sottodomande: chi traduce? Cosa viene tradotto? Come si traduce? In linea di massima, si nota una scarsa considerazione dell'attività traduttiva, spesso priva di una sua autonomia nell'ecosistema aziendale. In altre parole, la traduzione permea la quotidianità di molte imprese ma sembra essere una pratica implicita e solo parzialmente regolamentata. Molte imprese percepiscono il processo traduttivo come un'incombenza burocratica, sono consapevoli che “arriva un momento in cui vanno fatte le traduzioni” (INT_12), che vengono effettivamente fatte cercando di ottenere il miglior risultato possibile con le risorse materiali e umane a disposizione. Va sottolineato che l'adozione di buone pratiche di gestione del workflow traduttivo non dipende unicamente dalle risorse di cui l'impresa dispone ma anche dalla percezione che il personale aziendale ha, più in generale, del fattore linguistico-comunicativo. Ad esempio, l'intervistato 13 opera nel reparto marketing di un'azienda di grandi dimensioni ed è consapevole dell'importanza di una comunicazione efficace con l'estero. Per questo, il suo reparto seleziona con cura il materiale da tradurre, lo affida a traduttori professionisti esterni e attua un processo di validazione interno. Questo dato rispecchia in parte quanto riscontrato da Chiocchetti (2011:13) in Alto Adige: “chi presta particolare attenzione al fattore linguistico-comunicativo dà sicuramente la priorità alla qualità e dunque è più probabile che limiti e selezioni il materiale da tradurre, ma che vi dedichi molta cura”.

Al contempo, la consapevolezza del ruolo strategico di una buona comunicazione multilingue non garantisce necessariamente una gestione efficace del processo traduttivo. Come osservato al

capitolo 3, molte imprese si avvalgono di commerciali esteri con una formazione linguistica e offrono corsi di lingua al personale ma raramente adottano misure specifiche per perfezionare il processo traduttivo e le competenze dei propri impiegati-traduttori. Riprendendo le parole dell'intervistato 11: “la traduzione è vista come [...] un'attività secondaria, quando invece è un'attività principale” (INT_11). Questa concezione diffusa ha un impatto su “chi” traduce, su “cosa” viene tradotto e su “come” si traduce:

1. la scelta dei soggetti a cui affidare le traduzioni rispecchia un operato volto al riutilizzo delle risorse presenti. La maggior parte delle imprese coinvolte ricorre a personale interno con competenze linguistiche generali, non necessariamente traduttive, alimentando il fenomeno della traduzione non professionale. La scelta di affidarsi a personale considerato “bilingue” piuttosto che a traduttori professionisti può compromettere la qualità del prodotto finale poiché la competenza traduttiva non coincide necessariamente con la sola competenza bilingue.¹²⁰ Il ricorso a professionisti esterni è più sporadico (cfr. 3.3.2), spesso dettato dalla mancanza di tempo e risorse interne.
2. Per quanto riguarda l'oggetto della traduzione, si possono fare due osservazioni. In primo luogo, nelle imprese studiate si riscontra un'ampia varietà di testi soggetti a traduzione, che vanno dalla contrattualistica al materiale pubblicitario fino alla documentazione tecnica. Soprattutto nelle PMI non sembra esservi una pianificazione rigorosa di cosa tradurre e in quali lingue. La traduzione è piuttosto influenzata dalle esigenze concrete delle imprese e dai mercati a cui queste si rivolgono, due elementi che possono variare nel tempo e avere un impatto sui testi soggetti a traduzione. Ad esempio, quando si stipula un accordo con un nuovo partner commerciale, può rendersi necessaria la traduzione di un contratto in italiano per consentirne la comprensione al titolare aziendale. In maniera simile, è possibile che si apra un nuovo mercato e che l'impresa senta l'esigenza di produrre e tradurre materiale pubblicitario nella lingua straniera di quel mercato (cfr. 3.3.3.1). In altre parole, il numero e tipo di testi destinati alla traduzione e le lingue di arrivo dipendono fortemente dal contesto commerciale e temporale in cui opera l'impresa. In secondo luogo, anche eventuali strategie comunicative e di marketing possono avere un impatto sul tipo di testi tradotti. Come riportato nel paragrafo 3.3.1, le imprese che adottano uno stile comunicativo più moderno tendono a puntare sulla traduzione di contenuti destinati al web, assenti invece nelle imprese più orientate al contatto diretto con il cliente.

¹²⁰ Questo dato è sottolineato, ad esempio, dal gruppo PACTE (2003:59): “il has become clear that translation competence is qualitatively different from bilingual competence and that it is expert knowledge in which procedural knowledge is predominant”.

3. Per quanto riguarda il “come” si traduce, si notano due tendenze divergenti quando la traduzione viene svolta internamente o esternamente. Nel primo caso, si nota una gestione implicita e poco regolamentata del workflow traduttivo. Gli incarichi e le tempistiche vengono formulati spesso in maniera sommaria, anche per via della coesistenza di autori e traduttori nello stesso ambiente, aspetto che comporta lo sviluppo nel tempo di pratiche tacite e condivise. Per quanto riguarda le tecnologie impiegate, si nota un’assenza generale di strumenti di ausilio alla traduzione e un ricorso a risorse gratuite o artefatti di varia natura già presenti nell’impresa. Questo dato sorprende solo parzialmente dal momento che, a differenza di quanto avviene nelle agenzie, la traduzione non rappresenta per le imprese il fine ultimo del proprio operato quotidiano. Al contempo, la tendenza diffusa a raccogliere termini ed espressioni ricorrenti in documenti condivisi e glossari lascia supporre una potenziale utilità delle tecnologie traduttive anche in azienda. Quando il testo viene esternalizzato, questo viene preso in carico da traduttori professionisti, che sono di norma più consapevoli delle *best practices* da adottare nella gestione del workflow traduttivo e si avvalgono di strumenti appositamente pensati per la traduzione, come database terminologici e CAT tools. Nonostante ciò, si nota uno scarso dialogo tra imprese e agenzie di traduzione, al punto che alcune imprese – pur riportando errori terminologici da parte delle agenzie – non adottano misure di ottimizzazione, come la condivisione dei glossari interni e l’invio di feedback. Come anticipato, un approccio più strutturato viene adottato dalle imprese che puntano sul fattore linguistico-comunicativo e che tendono a incentivare l’interazione tra traduttori esterni e revisori interni per ottenere una migliore qualità del prodotto finale (cfr. 3.3.3.2). In quest’ottica, è condivisibile quanto sostengono Risku, Pein-Weber e Milošević (2016:1002, cfr. 1.2.1.5.2) nel loro studio sulla cooperazione tra traduttori e clienti: una soddisfazione reciproca si raggiunge quando tutte le parti coinvolte forniscono il proprio contributo alla buona riuscita del lavoro.

L’ultima sottodomanda verte sui problemi riscontrati dalle imprese nella comunicazione multilingue. I soggetti che hanno partecipato all’indagine sono prevalentemente commerciali esteri e non riportano grossi problemi nella comunicazione in lingua con i partner esteri. Tuttavia, il 72% dei rispondenti ha individuato errori o inesattezze nei testi tradotti e nella terminologia impiegata al loro interno (cfr. 3.4, domanda 19). Questo dato rispecchia quanto riportato nella letteratura relativa alla gestione linguistica aziendale, da cui emerge la resa talvolta imprecisa della terminologia settoriale da parte dei traduttori esterni (cfr. 1.3.4.1). Al contempo, si noti come la percentuale di rispondenti che segnala errori individuati nelle traduzioni svolte internamente (33%) supera quella di chi li individua nelle traduzioni svolte esternamente (28%). Questa differenza può essere ricondotta al ricorso meno

frequente all'esternalizzazione ma mostra anche che i testi tradotti internamente non sono necessariamente esenti da errori o inesattezze. Tra i fattori che rendono l'attività traduttiva degli impiegati traduttori più difficoltosa e incline a errori vengono spesso segnalati la mancanza di tempo, risorse e riconoscimento nell'ecosistema aziendale (cfr. 3.3.2.1), a testimoniare il ruolo secondario dell'attività traduttiva in molte imprese.

Con il secondo gruppo di domande, si intende fornire un contributo al filone di ricerca dei *workplace studies* in ambito traduttivo, analizzando come il processo traduttivo viene plasmato in un contesto aziendale e individuando i fattori da cui questo è influenzato. L'analisi ha consentito di offrire una prospettiva complementare agli studi già esistenti e ha approfondito il punto di vista delle imprese come committenti di traduzioni e come luoghi all'interno dei quali si svolge il processo traduttivo stesso. Per lo studio di caso si è adottata la prospettiva "situata" di processo traduttivo suggerita da Risku (2014, 2017, cfr. 1.2.1.2) e il workflow traduttivo è stato studiato come componente del più ampio processo di comunicazione specialistica, in linea con la concezione olistica proposta da Schubert (2007, cfr. 1.2). Lo studio è circoscritto a un solo caso di osservazione. I risultati non possono essere generalizzati a tutte le imprese ma confermano comunque la rilevanza dell'ambiente specifico in cui il workflow traduttivo ha luogo. Come emerso dall'analisi empirica, molte delle decisioni prese dagli attori nel corso del processo dipendono strettamente dalle risorse a cui hanno accesso e dalla rete sociale in cui essi operano. Si è inoltre osservata l'interconnessione che contraddistingue la fase di produzione del testo con quelle successive di traduzione, revisione e organizzazione finale, dato che conferma la potenziale utilità di adottare un approccio olistico come quello proposto da Schubert (2007). Più nello specifico, questa parte dell'indagine mirava a rispondere alle seguenti domande:

D2: Da quali fattori è influenzato il processo traduttivo nel contesto aziendale?

- Se la traduzione viene svolta internamente, quali fattori influiscono sull'attività dei traduttori interni?
- Se la traduzione viene esternalizzata, quali fattori influenzano la collaborazione con i traduttori esterni?
- Quali fattori hanno un impatto sui testi finali?

Per quanto riguarda i fattori che hanno un impatto sull'attività dei traduttori interni, una prima osservazione riguarda l'ambiente in cui gli impiegati-traduttori operano. Nel caso osservato, l'attività traduttiva si svolge in un ecosistema non appositamente pensato per essa, dove mancano dunque tecnologie e competenze traduttive. Questo dato rappresenta un elemento di differenza se si compara

il contesto aziendale con altri osservati sino ad ora, come agenzie di traduzione e istituzioni europee. Riprendendo lo studio di Ehrensberger-Dow et al. (2015; 2016, cfr. 1.2.1.5.2) che comparava l'operato di diversi traduttori rispettivamente nelle agenzie di traduzione, nelle istituzioni e nella propria abitazione (*freelance*), si nota che gli impiegati-traduttori non rientrano pienamente in nessuna di queste categorie. In maniera simile ai traduttori che lavorano presso le agenzie e le istituzioni, anche gli impiegati-traduttori non operano in maniera isolata e possono idealmente confrontarsi con i propri colleghi traduttori e ricevere feedback dagli esperti presenti sul posto di lavoro. Tuttavia, lo svolgimento della traduzione come attività secondaria fa sì che queste interazioni siano piuttosto sporadiche. Anche l'equipaggiamento in termini di tecnologie traduttive non è altrettanto sofisticato. La situazione degli impiegati-traduttori non è nemmeno equiparabile ai traduttori *freelance*, dal momento che questi ultimi sono più liberi nella scelta dei committenti per cui lavorare e degli incarichi da accettare. Dall'osservazione sul campo emerge un profilo più prossimo a quello descritto da Kuznik (2016b) nella sua analisi dell'operato di un traduttore *in-house* di una PMI polacca (cfr. 1.2.1.5.1). In maniera simile, anche gli impiegati-traduttori osservati non possono essere considerati traduttori veri e propri ma piuttosto "esperti in comunicazione multilingue". Questa denominazione, proposta da Kuznik (2016b:227), sottolinea come tali soggetti vengano coinvolti quando si rende necessario l'utilizzo delle lingue straniere in azienda ma che non siano traduttori *in-house* a tutti gli effetti. Il loro operato è inoltre parzialmente limitato dagli artefatti presenti sul posto di lavoro. L'assenza di strumenti come CAT Tools e database terminologici può essere ricondotta alla scarsa familiarità che gli impiegati-traduttori stessi hanno con le tecnologie traduttive oggi impiegate nell'industria linguistica ma anche al ruolo di minor rilievo che queste tecnologie giocano per l'impresa nel suo complesso. Anche la rete sociale in cui gli impiegati-traduttori si collocano ha un impatto sul loro operato. Si riscontra quanto sostiene Kinnunen (2013:83, cfr. 1.2.1.5.1) che, riprendendo Abdallah (2012, cfr. 1.2.1.5.2), sottolinea come molti traduttori oggi agiscano: "in einem System von miteinander zielbewusst kooperierenden Aktanten oft nicht als ein den anderen gleichwertiger Akteur".¹²¹ Anche nel caso osservato, le esigenze degli impiegati-traduttori vengono talvolta postposte a quelle complessive dell'organizzazione.

La seconda domanda verteva sui fattori che influiscono sulla cooperazione tra impresa e traduttori esterni. Questo tema è stato approfondito in letteratura in pochi contributi di natura empirica e prevalentemente dal punto di vista dei traduttori esterni o delle agenzie di traduzione (cfr. 1.4). Con lo studio di caso, sono stati confermati e integrati alcuni dei dati individuati in letteratura. Come descritto ad esempio nell'indagine di Risku, Milošević e Rogl (2021, cfr. 1.2.1.5.2),

¹²¹ "spesso non come attori al pari degli altri soggetti che cooperano all'interno di un sistema per il raggiungimento dei propri obiettivi" (traduzione dell'autrice).

l'esternalizzazione comporta un maggior numero di attori coinvolti nel workflow traduttivo, aspetto che rende la rete sociale con cui deve interfacciarsi il traduttore più complessa. Se le sfide cui devono far fronte i *project manager* delle agenzie di traduzione sono note, meno approfondite sono quelle che deve affrontare il referente aziendale che fa da tramite tra l'impresa e l'agenzia di traduzione. Come osservato nello studio di caso, quest'ultimo non ha necessariamente competenze avanzate nel mondo della traduzione e delle tecnologie linguistiche ma deve essere in grado di individuare in azienda le figure più idonee per rispondere alle domande dei traduttori e deve valutare le modalità più efficaci per gestire il workflow traduttivo. Si è osservato che la collaborazione tra impresa e agenzia dipende in primo luogo da quanto e come il referente aziendale e il *project manager* si relazionano. I professionisti esterni della traduzione forniscono in quest'ottica un contributo decisivo nell'istruire il referente aziendale su come ottimizzare la formulazione dell'incarico traduttivo e la revisione finale. Al contempo si è osservata la rilevanza delle risorse materiali e umane di cui dispone l'impresa, un tema meno trattato in letteratura. Nel caso osservato, l'impresa disponeva non solo di numerosi tecnici stranieri ma anche di personale come SM1, in grado di contribuire al perfezionamento terminologico dei testi grazie alla sua conoscenza del mercato tedesco. Le risorse materiali giocano a loro volta un ruolo decisivo. L'assenza di memorie di traduzione interne e di database terminologici multilingue si ripercuote sulla collaborazione con l'agenzia, poiché l'impresa non è sempre in grado di tenere traccia delle scelte terminologiche attuate nel corso del tempo e fornisce a volte feedback contrastanti. Al contempo, queste lacune sono colmate almeno in parte dalla presenza delle suddette tecnologie presso l'agenzia di traduzione. Sebbene non vi sia un'auspicabile condivisione delle risorse traduttive, l'agenzia riesce comunque a tenere traccia delle preferenze terminologiche dell'impresa e a implementarle nei testi di arrivo (cfr. 4.3.2.1).

Relativamente all'ultima domanda, che verteva sui fattori che hanno un impatto sui testi finali, lo studio ha mostrato come la produzione e traduzione dei testi sia influenzata da una costellazione di fattori che non dipendono unicamente alle scelte di chi traduce, ma anche dall'operato degli altri attori coinvolti nel processo e dagli artefatti impiegati. In maniera simile a quanto suggerito da Koskinen (2020:70), si è cercato di superare la sola dimensione testuale, solitamente più attenzionata negli studi traduttivi, e di ampliare lo sguardo al contesto specifico di produzione testuale. Tra i fattori che hanno un impatto sui testi finali, due sono emersi in maniera particolarmente evidente: il ruolo dei revisori e quello dei testi di accompagnamento impiegati nel corso del workflow. Per quanto riguarda i revisori, si è rilevato come questi godano di una certa autorevolezza nel contesto aziendale osservato e come contribuiscano a plasmare i testi finali con le loro competenze e, non di rado, preferenze individuali. Il prodotto finale è fortemente influenzato anche dai testi che accompagnano il workflow traduttivo, in particolare dall'incarico e da frasari e glossari. Nel caso del workflow

esterno, questi testi appaiono più strutturati. L'agenzia ha ad esempio istruito il referente aziendale a fornire informazioni più dettagliate possibile circa i singoli progetti traduttivi e ne tiene traccia tramite moduli appositi e in un documento contenente la cronologia delle revisioni apportate dall'impresa. Anche la raccolta e memorizzazione dei testi tradotti e della terminologia avviene tramite strumenti più idonei. Questo lascia supporre una maggiore standardizzazione dei testi tradotti esternamente. In un caso si è osservato ad esempio come l'agenzia stessa, per mantenere una terminologia standardizzata in testi diversi, segnalasse all'impresa l'invio di revisioni contrastanti circa l'aggettivo *opaco* (cfr. 4.3.2.1). All'interno dell'impresa mancano invece strumenti come CAT Tools e database terminologici multilingue. Gli impiegati cercano di sopperire a questa mancanza con glossari interni, solitamente in formato Excel. L'analisi dei glossari in uso presso i diversi reparti nella combinazione linguistica italiano-tedesco ha fatto emergere varianti sia denominative che concettuali di cui spesso gli impiegati stessi non sono a conoscenza. Questo si ripercuote sui testi finali e comporta ad esempio la presenza di traduttori diversi per le denominazioni di alcuni dei prodotti distribuiti dall'impresa.

5.2 Limiti e linee di ricerca future

Lo studio descritto nei capitoli precedenti presenta dei limiti che potrebbero essere superati con ulteriori ricerche future. L'indagine sul territorio tramite questionario e interviste ha consentito di far emergere la prospettiva sino ad ora inesplorata degli impiegati-traduttori in ambito aziendale e delle difficoltà che molte imprese marchigiane riscontrano nella gestione dei workflow traduttivi. Non è stato tuttavia approfondito il punto di vista delle agenzie di traduzione e delle associazioni locali di interpreti e traduttori. Queste ultime potrebbero agire in sinergia con le imprese e fungere da consulenti circa le migliori pratiche traduttive da adottare. In futuro, potrebbe dunque essere utile somministrare un questionario sulla collaborazione tra imprese e traduttori professionisti esterni che veda coinvolti traduttori *freelance*, agenzie di traduzioni locali e l'associazione di categoria AITI Marche. Integrando questi dati con quelli raccolti nel presente progetto di ricerca si potrebbe avere un quadro più completo e muovere i primi passi verso una maggiore cooperazione tra queste realtà.

Lo studio di caso presenta invece come principale limite la non generalizzabilità dei risultati ottenuti. Per questo motivo potrebbe essere utile in futuro estendere l'osservazione partecipante a più imprese, includendo anche le PMI. Un secondo limite consiste nella presenza limitata di materiale testuale nella combinazione linguistica italiano-tedesco. Lo studio ha fatto emergere dati interessanti che potrebbero venire approfonditi ulteriormente in futuro nella stessa impresa o in altre imprese locali. Più nello specifico, si è riscontrata la presenza di varianti terminologiche nella combinazione linguistica italiano-tedesco e, grazie all'osservazione sul posto, è stato possibile discutere con il

personale aziendale le cause di tali variazioni. Questi dati sono stati tuttavia approfonditi solo parzialmente per via del numero limitato di testi tradotti in tedesco e della crisi pandemica che ha reso l'interazione con l'impresa talvolta discontinua. In ricerche future si potrebbe ricorrere nuovamente all'osservazione partecipante e approfondire maggiormente le cause che in azienda innescano la variazione terminologica. In seconda battuta, si potrebbe testare l'implementazione di tecnologie traduttive come banche dati terminologiche o CAT Tools e verificarne la potenziale utilità. Una tecnologia che meriterebbe ulteriore attenzione è anche la traduzione automatica neurale. Quest'ultima, se impiegata in maniera consapevole, potrebbe supportare anche le imprese più piccole nella gestione dei loro workflow traduttivi, come suggerito dal recente studio di Dolei (2022) presso le PMI emiliano-romagnole.

5.3 Proposte di intervento

Nei paragrafi seguenti vengono presentate alcune proposte di ottimizzazione dei workflow traduttivi delle imprese locali. Le proposte sono state formulate sulla base delle *best practices* identificate in letteratura e sono articolate in quattro macrocategorie. La prima macrocategoria verte sulle misure di sensibilizzazione delle imprese al ruolo strategico della traduzione e alla formulazione di politiche traduttive esplicite (cfr. 5.3.1). La seconda macrocategoria tratta le misure da implementare in materia di personale aziendale (cfr. 5.3.2) e la terza include alcune modalità di ottimizzazione dei workflow interni e/o esterni (cfr. 5.3.3). Infine, la quarta macrocategoria comprende un elenco di tecnologie traduttive potenzialmente utili in azienda (cfr. 5.3.4).

5.3.1 Traduzione come strategia e politica

Un primo passo da compiere per migliorare le pratiche traduttive locali consiste in un cambio di prospettiva da parte delle imprese. È indispensabile sradicare l'idea che la traduzione sia un'attività accessoria, da trattare come mera incombenza burocratica. La traduzione va riscoperta nella sua dimensione strategica (punto a) e va ufficializzata all'interno dell'ecosistema aziendale (punto b):

- a. Traduzione come strategia. Innanzitutto, è importante far comprendere alle imprese i vantaggi di una traduzione di qualità elevata, che rappresenta non solo una tutela da rischi connessi a traduzioni "improvvisate" ma anche un vantaggio competitivo. Riguardo al primo punto, è doveroso ricordare che molte delle imprese coinvolte ricorrono già ai traduttori professionisti per la traduzione di determinate tipologie testuali, in particolare di quelle con valore legale. Tuttavia, è importante che le imprese prendano consapevolezza delle conseguenze altrettanto

serie che deriverebbero dalla traduzione errata di altre tipologie testuali. Questo dato emerge chiaramente da uno studio condotto nel 2009 da Tekom, un'associazione di categoria che svolge attività di divulgazione in Germania in materia di comunicazione tecnica. Lo studio mirava a individuare i problemi riscontrati più di frequente dai consumatori nella manualistica tecnica. Tra i problemi segnalati vi sono la redazione di testi di difficile comprensione ma anche l'utilizzo non standardizzato della terminologia in una o più lingue e gli errori di traduzione. Le conseguenze sono maggiori costi per la correzione della documentazione ma anche una minore soddisfazione e fidelizzazione del cliente (cfr. Schmitz e Straub 2016:25). Per quanto riguarda il vantaggio competitivo legato alla produzione di documentazione multilingue di qualità, la sensibilizzazione delle imprese potrebbe venire incentivata divulgando le buone pratiche adottate da altre imprese particolarmente virtuose. Un esempio sono i risultati del progetto PIMLICO (Hagen 2011), finanziato dalla Commissione europea e condotto su 40 PMI in 27 Stati dell'Unione europea. Lo studio descrive le strategie di gestione linguistica comuni a 40 piccole e medie imprese che hanno registrato una crescita significativa strettamente legata alle strategie linguistiche implementate. Tra queste figura la traduzione di materiale promozionale, commerciale e/o tecnico, la creazione di siti web adattati da un punto di vista culturale e/o linguistico e il ricorso a traduttori e interpreti professionisti. Da incentivare nella regione Marche è, in particolare, la collaborazione con i professionisti della traduzione che possono fornire un valido contributo alla produzione di testi adattati linguisticamente e culturalmente alle culture di destinazione. Nei casi in cui una esternalizzazione non sia possibile, è opportuno fare presente che una traduzione di qualità richiede competenze specifiche e, laddove venga affidata a personale interno, mezzi e tempi adeguati (cfr. 5.3.3).

- b. Traduzione come politica. La traduzione rappresenta per le imprese locali una parte integrante dell'operato quotidiano di diversi attori e reparti. Nonostante ciò, essa è raramente oggetto di regolamentazione e non gode di una sua autonomia nell'ecosistema aziendale. Il riconoscimento limitato dell'attività traduttiva e dell'onere che questa comporta spinge ad affidare le traduzioni a soggetti a cui sono deputate sulla carta altre mansioni. Queste figure svolgono la traduzione talvolta malvolentieri, nonché prive di strumenti e competenze adeguate. Un primo passo da compiere è la trasformazione del processo traduttivo nelle imprese da pratica implicita a politica esplicita dell'organizzazione. Ufficializzare la traduzione significa gestirla in maniera più razionale e organica (cfr. De Camillis 2021:315–16), definendo chiaramente cosa va tradotto, chi se ne deve occupare e con quali mezzi. Riconoscere la traduzione al pari di altri processi aziendali significa rilevare il tempo

necessario per il suo svolgimento, concordare le risorse da investire sul medio e sul lungo periodo e stabilire le modalità di valutazione della qualità. Naturalmente le politiche traduttive e la relativa portata vanno calibrate in base al grado di complessità, alle risorse e alle strategie di gestione linguistica di ciascuna impresa. In altre parole, si potrà puntare su politiche traduttive più ambiziose e sull'implementazione di strumenti più avanzati nelle imprese più strutturate e mature in termini di gestione linguistica. Nelle PMI queste politiche vanno adeguate valutando le competenze e le risorse già presenti e stabilendo delle priorità, ad esempio relativamente alle combinazioni linguistiche da prediligere o al numero e alla tipologia di testi da tradurre.

L'opera di sensibilizzazione al ruolo strategico della traduzione e la divulgazione di buone pratiche traduttive può essere attuata anche da associazioni locali di traduttori e interpreti, università (cfr. Chiocchetti 2011:15, 2016:155) e organizzazioni di imprese locali. Per quanto riguarda le associazioni di traduttori e interpreti va segnalata la presenza della sezione Marche di AITI, un'associazione che promuove e sostiene la crescita professionale di traduttori e interpreti.¹²² AITI offre regolarmente corsi su diverse tematiche. Nel 2021 e 2022 i webinar vertevano sui seguenti temi: le tecniche di scrittura, la voce dell'interprete, la gestione del tempo, le tecniche di negoziazione, la traduzione giuridica. La formazione potrebbe venire potenziata ulteriormente, estesa al di là dei soli traduttori freelance e organizzata sotto forma di tavola rotonda o panel, in modo da favorire il confronto tra imprese e traduttori professionisti. L'associazione potrebbe inoltre puntare maggiormente sulla redazione e divulgazione di opuscoli informativi. Ad esempio, nel 2013 AITI ha tradotto e pubblicato la mini-guida *Translation: Getting it right*, di Durban (2013), nella quale erano contenute una serie di proposte pratico-operative per ottimizzare la collaborazione tra traduttori professionisti e clienti. Iniziative di questo tipo, se promosse regolarmente e accompagnate da occasioni di scambio e dialogo, potrebbero a migliorare le pratiche traduttive delle imprese locali.

La collaborazione tra imprese e università è anche una delle misure raccomandate nell'ambito dello studio PIMLICO. Tra le pratiche adottate dalle imprese virtuose coinvolte nell'indagine vi era proprio: “work in partnership with local universitites to hire short and long-term language support” (Hagen 2011:5). La facoltà di mediazione linguistica dell'Università di Macerata offre già ai propri studenti la possibilità di svolgere dei tirocini curriculari presso le imprese locali. Questa collaborazione potrebbe venire rafforzata ancora di più, pianificando tirocini e/o collaborazioni appositamente finalizzate a far fronte alle esigenze linguistiche delle imprese. Un esempio a cui

¹²² <https://marche.aiti.org/it> (ultima consultazione 28/01/2023).

ispirarsi potrebbe essere il progetto Language Toolkit¹²³ lanciato dal Dipartimento di Interpretazione e Traduzione di Forlì e dalla Camera di Commercio della Romagna con il fine di supportare l'internazionalizzazione delle PMI locali fornendo loro servizi linguistici e competenze di alto livello sotto forma di tirocini degli studenti. Infine, anche le organizzazioni di imprese locali possono fornire un contributo. Molte di loro, per esempio la CNA e Confindustria Marche, offrono già corsi di formazione volti a favorire l'internazionalizzazione delle imprese locali. Questi corsi potrebbero venire arricchiti con eventi formativi sulle diverse strategie di gestione linguistica aziendale e sulle buone pratiche traduttive.

5.3.2 Personale aziendale

Il secondo gruppo di proposte riguarda il personale aziendale. Di norma, le traduzioni vengono affidate dalle aziende alle agenzie di traduzione esterne o al personale interno. Le imprese coinvolte nell'indagine ricorrono con maggior frequenza al proprio personale (cfr. 3.3.2) ma non dispongono di reparti interni di traduzione e gli impiegati intervistati non sono traduttori *in-house* a tutti gli effetti. La creazione di un reparto di traduzione interno è una strada difficilmente percorribile e non indispensabile per la maggior parte delle imprese marchigiane che, in quanto PMI, si trovano a gestire una mole di testi contenuta. Al contrario, l'assunzione di un traduttore *in-house*, ossia di una figura con apposite competenze traduttive, può considerarsi un buon investimento sul lungo periodo. È comunque probabile che la maggior parte delle imprese continuerà ad avvalersi anche di impiegati interni non professionisti. Ciò non è dovuto solo all'esigenza di abbattere i costi ma anche alle difficoltà che deriverebbero dalla gestione di diverse combinazioni linguistiche da parte di un solo professionista interno o di un numero limitato di professionisti.

Se per i testi con valore legale o destinati al grande pubblico il ricorso alla traduzione o revisione da parte dei professionisti è fortemente consigliato, per i testi più brevi o a circolazione interna è possibile continuare a coinvolgere gli impiegati-traduttori non professionisti. Idealmente questi ultimi dovrebbero venire scelti su base volontaria, in maniera da evitare costrizioni dall'alto che rischiano di compromettere la motivazione e la qualità del lavoro complessivo. Si condivide inoltre la proposta di Chiocchetti (2015:250–51), che suggerisce di fornire anche ai traduttori più “improvvisati” le armi giuste. Fondamentale è innanzitutto incentivare la formazione di queste figure. Non si fa riferimento in prima battuta alla formazione linguistica, poiché molti degli impiegati-traduttori operano nel campo del commercio estero e, utilizzando su base regolare le lingue straniere,

¹²³ <https://www.terminologia.it/index.php/students/the-language-toolkit-scheme/?lang=it> (ultima consultazione 28/01/2023).

dispongono già di competenze linguistiche generali (cfr. 3.3.2.1). Da sviluppare è piuttosto una competenza di tipo traduttivo. La frequenza di un corso di laurea in traduzione, per quanto utile, appare difficilmente implementabile nella pratica. D'altro canto, lo svolgimento di un'attività traduttiva in molti casi ripetitiva e in un settore circoscritto, non richiede necessariamente una competenza traduttiva a tutto tondo. Si tratta piuttosto di preparare gli impiegati-traduttori alle situazioni specifiche della quotidianità lavorativa in cui dovranno fungere da mediatori, fornendo loro la capacità di discernere le situazioni in cui ricorrere a professionisti esterni (cfr. Cnyrim 2021:75). In particolare, è importante che sviluppino una conoscenza più approfondita delle finalità comunicative della traduzione, spesso ridotta dai non addetti ai lavori a una mera attività di riproduzione letterale di contenuti dalla lingua di partenza a quella di destinazione (cfr. *ivi*, p. 77). I traduttori non professionisti dovrebbero inoltre imparare ad analizzare i testi tipici del proprio settore e a conoscerne la struttura, in modo da trasferirla in un'ottica funzionale nel testo di arrivo. In fase traduttiva dovrebbero inoltre imparare a ricercare in maniera efficiente le informazioni di cui hanno bisogno per comprendere al meglio il testo di partenza o, viceversa, per formulare e valutare il testo di arrivo (cfr. *ivi*, p. 87). Un esempio è la ricerca in rete tramite virgolette, che ben si presta a cercare gruppi di parole o frasi sul web e a verificarne la frequenza d'uso. Dal momento che molti impiegati-traduttori traducono con difficoltà testi dalla propria madrelingua alle lingue straniere (cfr. 3.3.3.1), una strategia di questo tipo potrebbe rivelarsi utile per verificare se determinate espressioni sono effettivamente attestate nelle lingue di destinazione.

Auspicabile è anche una conoscenza delle diverse risorse a sostegno della traduzione. Tra queste figurano portali di terminologia multilingue generali – p.es. IATE,¹²⁴ messo a disposizione dell'Unione Europea – o specifici del proprio settore industriale. Molte imprese ricorrono inoltre a sistemi di traduzione automatica, soprattutto le PMI (cfr. 3.3.2), e potrebbero trarre vantaggio da corsi incentrati sulle tecniche di *pre-editing* e *post-editing*. Qualora l'impresa decidesse di dotarsi di sistemi interni di traduzione assistita, automatica o di gestione terminologica (cfr. 5.3.4), sarebbe opportuno pianificare percorsi formativi incentrati specificamente sull'utilizzo di queste tecnologie o avvalersi dei webinar e della formazione di norma offerta dai *provider* stessi.

Per acquisire le competenze appena descritte, gli impiegati-traduttori potrebbero avvalersi dell'ampia offerta di webinar, master e corsi di formazioni (cfr. Chiocchetti 2015:251) disponibili in rete. Anche le associazioni di interpreti e traduttori e le università possono fornire un contributo decisivo nel formare i traduttori non professionisti tramite workshop e seminari. Questa collaborazione risulterebbe vantaggiosa per le università stesse che, conoscendo più a fondo le

¹²⁴ <https://iate.europa.eu/home> (ultima consultazione 28/01/2023).

esigenze delle imprese locali e i profili richiesti sul mercato, potrebbero perfezionare e aggiornare nel tempo la propria offerta didattica.

Oltre a formare gli addetti interni alla traduzione e a dotarli di strumenti adeguati (cfr. 5.3.4), è importante che essi acquisiscano una maggiore visibilità e che le loro mansioni vengano definite chiaramente all'interno dell'organizzazione in cui operano. Sovraccargarli di testi da tradurre, soprattutto se l'addetto è privo di competenze e di sufficiente capacità produttiva, consente solo in apparenza di abbattere i costi di traduzione e può compromettere la qualità complessiva della comunicazione. Riprendendo De Camillis (2021:313), si rischia di andare contro a un "uso razionale delle risorse", poiché solo una comunicazione di qualità può prevenire "la lunga catena di possibili conseguenze, che spaziano dalle errate interpretazioni, alla necessità di chiarimenti, ai ricorsi, alle nuove pubblicazioni". Per queste ragioni è importante che, da un lato, i traduttori interni dispongano dei mezzi necessari per svolgere al meglio il proprio lavoro e, dall'altro, la direzione e gli altri reparti assumano consapevolezza delle sfide legate all'attività traduttiva. Riconoscere l'operato degli impiegati-traduttori e quantificarne la portata consente anche di valutare e comparare i costi e i benefici che deriverebbero dallo svolgimento delle traduzioni, rispettivamente, *in-house* o esternamente. Sebbene l'esternalizzazione sembri a prima vista più costosa, va sottolineato che molte agenzie offrono anche servizi aggiuntivi – come la gestione del progetto, il controllo della qualità e servizi di grafica – che consentono al personale aziendale di risparmiare tempo (cfr. Durban 2013:7) e di vedere incrementata la qualità del prodotto finale.

Per far sì che gli impiegati-traduttori interni si concentrino unicamente sulle proprie mansioni principali e, laddove necessario, sulla traduzione dei testi più importanti, è opportuno sensibilizzare e rendere più autonomi tutti i colleghi che in azienda necessitano di assistenza linguistica nel loro operato quotidiano (cfr. 3.4). Questi dovrebbero innanzitutto acquisire una maggiore consapevolezza delle sfide legate all'attività traduttiva, nonché dei tempi e delle modalità migliori di assegnazione dell'incarico ai propri colleghi traduttori. È inoltre auspicabile che a queste figure venga offerta una formazione linguistica che le renda più indipendenti, ad esempio, nella redazione di brevi testi direttamente nella lingua straniera, in modo da ridurre le traduzioni assegnate ai colleghi traduttori. La formazione linguistica del personale fa parte delle raccomandazioni avanzate dalla Commissione Europea nell'ambito del progetto ELAN (2006:58–60), dove si sottolinea l'impatto negativo che le carenze linguistiche del personale hanno sull'economia europea. Si raccomanda ad esempio di monitorare, sfruttare e sviluppare le competenze linguistiche presenti nell'impresa, di diversificare il numero di lingue insegnate, di promuovere periodi di lavoro all'estero e di incentivare le occasioni di scambio con studenti e lavoratori stranieri e in collaborazione con scuole e università. Le imprese coinvolte nello studio mostrano già una certa attenzione alla formazione linguistica, dal momento che

quasi metà di loro offre corsi di lingua al personale. Dalle interviste emerge tuttavia una pianificazione non sempre ottimale e/o mirata dei corsi offerti (cfr. 3.2). Per arginare questi limiti, si suggerisce di svolgere test di posizionamento prima dell'avvio dei corsi, in modo da calibrare l'offerta didattica in base ai diversi livelli linguistici. I test di posizionamento, generalmente previsti dalle scuole di lingue, possono inoltre essere una buona occasione per rilevare le competenze linguistiche già presenti. Un test potrebbe rivelare, ad esempio, la presenza di figure con buone competenze linguistiche non sfruttate in precedenza. Questa modalità di rilevazione è inoltre più agevole ed economica di altre misure, come gli audit linguistici (cfr. Hagen 2011:62; Reeves e Wright 1996).

La formazione linguistica del personale aziendale può essere promossa sia dalle scuole di lingue che dalle università del territorio. L'Università di Macerata dispone di un proprio Centro Linguistico di Ateneo (CLA) che offre corsi di lingua a studenti e personale aziendale ma anche a enti pubblici, privati e singoli interessati all'apprendimento delle lingue.¹²⁵ Questa apertura del CLA al territorio potrebbe venire ulteriormente pubblicizzata, in modo da consentire anche ai potenziali interessati del mondo aziendale di avvalersi della relativa offerta didattica. Un altro esempio di collaborazione tra il mondo imprenditoriale e le università per la formazione linguistica del personale è il progetto MultilinVR,¹²⁶ promosso dall'Università di Verona e da Confindustria Verona. Il progetto fungeva da catalizzatore per la promozione del plurilinguismo nelle imprese dell'area veronese e prevedeva l'organizzazione di corsi in lingua francese, spagnola e tedesca per la comunicazione professionale, nonché l'organizzazione di seminari e convegni presso l'università, Confindustria e le imprese del territorio. Attività simili di disseminazione e confronto tra università e imprese potrebbero essere trasferite all'area marchigiana e vedere coinvolti docenti e studenti in qualità di formatori.

5.3.3 Gestione del processo

A fronte delle criticità riscontrate nella gestione del processo traduttivo da parte delle imprese locali, si ritiene opportuno presentare una serie di proposte pratiche per l'ottimizzazione dei workflow traduttivi. Le proposte tengono conto della natura del tessuto imprenditoriale marchigiano e delle dimensioni ridotte di molte imprese locali, pertanto si configurano come buone pratiche implementabili anche dalle PMI. Naturalmente, con l'aumentare della complessità e della maturità linguistica dell'impresa, è auspicabile mirare a un perfezionamento progressivo di tali pratiche e al

¹²⁵ http://cla.unimc.it/it/BrochureCLA_2018.pdf (ultima consultazione 28/01/2023).

¹²⁶ <https://www.multilinguismoverona.eu/> (ultima consultazione 28/01/2023).

ricorso a tecnologie più sofisticate. Le misure proposte di seguito potrebbero consentire un'ottimizzazione sia dei workflow traduttivi interni che di quelli esterni:

- a. Tradurre ciò che è necessario. Una pianificazione attenta dei propri obiettivi strategici nei mercati esteri può consentire alle imprese di definire con maggiore chiarezza quali prodotti pubblicizzare e in quali paesi. In molti casi potrebbe non essere indispensabile tradurre per intero la documentazione dei diversi prodotti in tutte le combinazioni linguistiche normalmente coperte dall'impresa. Inoltre, potrebbe essere sufficiente tradurre solo alcune sezioni della documentazione, saltando le parti più superflue come l'elenco dei reparti che hanno lavorato a un certo prodotto (cfr. Durban 2013:4). Anche le immagini, laddove possibile, possono sostituire alcune sezioni testuali e ridurre il numero di parole da tradurre. Soluzioni di questo tipo consentono di ridurre il carico di lavoro dei traduttori interni e di abbattere i costi di esternalizzazione.
- b. Partire dalla redazione. Un requisito indispensabile per la produzione di una traduzione di qualità è la redazione di un buon testo di partenza. In alcuni casi le difficoltà dei traduttori sono legate alle ambiguità del testo iniziale (cfr. 3.3.3.1) che, oltre a rendere più complessa l'attività traduttiva, rischiano di dare adito a fraintendimenti nelle diverse lingue. La stesura della documentazione tecnica in italiano può essere ottimizzata notevolmente ricorrendo a linee guida redazionali concordate internamente o alle regole dell'Italiano Tecnico Semplificato (ITS).¹²⁷ L'ITS è un linguaggio naturale controllato della lingua italiana che, attraverso istruzioni lessicali, grammaticali e stilistiche, consente di comunicare in maniera più chiara ed efficace. Per approfondire questo metodo le imprese possono avvalersi dell'apposito manuale (cfr. Gobbi 2016) e delle innumerevoli occasioni di formazione e certificazione offerte da COM&TEC, l'Associazione Italiana per la Comunicazione Tecnica.¹²⁸ Qualora la documentazione venga redatta direttamente in inglese, è possibile ricorrere a linguaggi controllati sviluppati appositamente per la lingua inglese, come l'*AECMA Simplified English* o il *Caterpillar Technical English* (cfr. Drewer e Ziegler 2014:200–211). Nelle imprese più mature da un punto di vista tecnologico è possibile ricorrere anche a sistemi automatizzati come *Controlled Language Checker* e *Authoring Memory Systems*. I primi consentono di verificare automaticamente che la redazione sia avvenuta secondo le linee guida redazionali vigenti mentre i secondi consentono ai redattori di riutilizzare parole e frasi già impiegate e tradotte in passato grazie a una memoria di traduzione integrata nel sistema di redazione. Impiegando espressioni e termini standardizzati

¹²⁷ <https://www.italianotecnicosemplificato.it/> (ultima consultazione 28/01/2023).

¹²⁸ <https://www.comtec-italia.org/> (ultima consultazione 28/01/2023).

nei documenti prodotti nel tempo si aumenta la qualità del testo e si abbattano i costi di esternalizzazione (Drewer e Schmitz 2017:196), poiché aumenta il numero di *exact matches* e di *fuzzy matches* individuati dai sistemi di traduzione assistita. Al contrario, i testi pubblicitari possono richiedere una localizzazione dei contenuti in base alle culture di destinazione. Laddove l'impresa non possa o non voglia investire in una traduzione e localizzazione professionale del testo, si suggerisce di redigere con attenzione il testo di partenza e “scrivere per un pubblico internazionale” (Durban 2013:6), utilizzando con cautela formulazioni o immagini che potrebbero risultare offensive o poco chiare nei paesi di destinazione.

- c. Definire chiaramente l'incarico. Sia i traduttori interni che quelli esterni possono trarre vantaggio da un incarico formulato chiaramente, in cui vengono definiti i destinatari del testo e le deadline, e accompagnato da materiale di riferimento. Gli impiegati-traduttori interni devono spesso coordinare mansioni di diversa natura (cfr. 3.3.2.1) e necessitano dunque di deadline chiare che consentano loro di organizzare al meglio la propria quotidianità lavorativa. I traduttori esterni, rispetto a quelli interni, hanno ancor più bisogno di materiale di riferimento che permetta loro di acquisire familiarità con il settore industriale dell'impresa e con la terminologia specifica. Una buona pratica è descritta al paragrafo 4.3.1.1 e concordata dall'agenzia di traduzione con P5. La condivisione di indicazioni specifiche per ciascun progetto, così come di traduzioni pregresse, *Tone of Voice*, linee guida redazionali e/o stilistiche agevola significativamente il lavoro del traduttore, incrementando al contempo la qualità del testo finale.
- d. Cooperare e condividere la conoscenza aziendale. Per agevolare il lavoro di traduzione è cruciale che le imprese cooperino quanto più possibile con i traduttori e adottino misure finalizzate a condividere il proprio patrimonio conoscitivo. Innanzitutto, una pratica tanto semplice quanto efficace consiste nel dialogare con i traduttori stessi, prendersi del tempo per chiarire i loro dubbi e individuare internamente gli esperti in grado di fornire una consulenza specialistica e/o linguistica. Come evidenziato nei capitoli 3 e 4 del presente lavoro, le imprese che dispongono di esperti stranieri possono ricorrere a loro in caso di dubbi. Idealmente si dovrebbero individuare referenti fissi, tenere traccia dei loro feedback e dividerli sistematicamente con i traduttori interni e/o esterni. Il confronto tra traduttori professionisti e imprese non agevola solo il lavoro dei traduttori ma può incrementare anche la qualità dei testi prodotti dall'impresa. Come osserva Durban (2013:18): “nessuno analizza il vostro testo più accuratamente di un traduttore. Per questo è probabile che si accorga della presenza di passaggi confusi che devono essere esplicitati meglio. È una fortuna: in questo modo potrete,

ove necessario, migliorare l'italiano". Un'ulteriore buona pratica consiste nel condividere internamente e/o esternamente il patrimonio di testi multilingue dell'azienda. In quest'ottica, la fase di traduzione e quella successiva di organizzazione della documentazione multilingue sono strettamente interconnesse. Alcune imprese raccolgono già la propria documentazione in spazi intranet e alcuni impiegati-traduttori si avvalgono di glossari interni. Al contempo, si riscontra un utilizzo talvolta dispersivo di queste risorse che manca di una gestione centralizzata e condivisa tra i diversi reparti e tra l'impresa e le agenzie esterne. Per favorire una maggiore condivisione del patrimonio di testi si possono adottare misure che non prevedono costi aggiuntivi, come l'utilizzo di cartelle condivise ad accesso multiplo, o più sofisticate tecnologicamente come memorie di traduzione e database terminologici multilingue (cfr. 5.3.4).

- e. Implementare misure per il controllo della qualità. Ufficializzare la traduzione al pari di qualsiasi altro processo aziendale significa anche implementare misure finalizzate al controllo della qualità dei testi tradotti, ossia alla loro revisione. La revisione è fortemente consigliabile per tutti i testi tradotti da non professionisti e destinati al grande pubblico. In mancanza di madrelingua e/o traduttori professionisti interni, le imprese potrebbero affidare alle agenzie di traduzione la sola revisione dei testi per contenere i costi e trarre vantaggio dai loro feedback per traduzioni future. Da invertire è inoltre la tendenza comune a molte imprese (cfr. 3.3.3.2) a investire tempo nella revisione ma non nella condivisione dei feedback con le agenzie. Alcuni esempi virtuosi di collaborazione con i traduttori professionisti esterni sono descritti da INT_14 e INT_13 (cfr. 3.3.3.2) che, rispettivamente, hanno implementato processi di valutazione e selezione dei fornitori linguistici e di revisione tramite appositi referenti linguistici. Queste pratiche andrebbero rese note e condivise con le altre imprese del territorio. Potenzialmente utili sono anche i modelli di revisione testuale, come il LISA QA Model o il SDL TMS QA Model (cfr. Ottmann e Canfora 2017) che potrebbero essere presi come riferimento e utilizzati periodicamente per controlli a campione. Più in generale, ogni impresa dovrebbe definire propri criteri per valutare l'efficienza del processo complessivo, ad esempio tramite linee guida definite da associazioni di categoria e adattate in base alle proprie esigenze (cfr. Oehmig 2006). Anche la collaborazione con agenzie di traduzione certificate come da norma ISO 17100 può rappresentare un valore aggiunto. A differenza della norma precedente, la EN 15038, questo nuovo standard ISO include le figure del *project manager* e del cliente all'interno del workflow traduttivo e definisce più chiaramente le fasi di preproduzione e di postproduzione (cfr. 1.2.2.1). Per le imprese, la norma può fungere da base per la creazione

di una propria lista di requisiti qualitativi a cui attenersi nella selezione dei fornitori di servizi linguistici (cfr. Mende 2016) e durante la collaborazione con questi ultimi.

5.3.4 Le tecnologie al servizio delle imprese

Le imprese potrebbero trarre vantaggio da tre diversi tipi di tecnologie traduttive:

- a. I CAT Tools, ossia software di traduzione assistita che consentono di velocizzare il processo traduttivo e di conferire una maggiore uniformità ai testi grazie alle memorie di traduzione integrate in questi software. L'utilizzo dei CAT Tools ha l'indubbio vantaggio di agevolare la traduzione di testi linguisticamente simili e di abbattere i costi dettati dall'esternalizzazione.
- b. I database terminologici multilingue, solitamente parte integrante dei CAT Tools, che consentono di raccogliere e definire la terminologia aziendale da impiegare nei testi. Nonostante i costi di implementazione, questi strumenti consentono una maggiore standardizzazione terminologica, con conseguente rafforzamento della *Corporate Identity* e diminuzione del tempo da investire nel chiarire dubbi e domande dei traduttori esterni (cfr. Drewer e Schmitz 2017:2–3).
- c. I sistemi di traduzione automatica, gratuiti o a pagamento, che abbattano drasticamente i tempi di traduzione. Particolarmente promettenti sono le recenti tecnologie di traduzione neurale che, se accompagnate da apposite misure di *pre-editing* e *post-editing*, possono produrre dei testi di buona qualità.

CAT Tools e database terminologici richiedono un investimento iniziale,¹²⁹ nonché competenze specifiche. Il loro acquisto va dunque valutato con attenzione ed è consigliabile in particolar modo alle imprese che gestiscono un volume traduttivo considerevole, che desiderano appropriarsi del proprio patrimonio di testi multilingue e che sono dotate di figure in grado di utilizzare tali software. Infatti, nessuno strumento garantisce di per sé la produzione di testi di qualità elevata se non viene impiegato con competenze specifiche e consapevolezza dei relativi vantaggi e limiti.

Le imprese più piccole che gestiscono volumi traduttivi minori possono ricorrere ad altre soluzioni, disponibili gratuitamente o a costi contenuti come OmegaT,¹³⁰ Wordfast Anywhere¹³¹ e MateCat,¹³² per i quali è possibile reperire numerosi tutorial in rete per la formazione iniziale degli addetti interni. Per quanto riguarda la gestione terminologica, potrebbero essere sufficienti programmi di elaborazione testuale o di calcolo, senza acquistare software aggiuntivi. Fondamentali

¹²⁹ Per valutare il rapporto tra costi e benefici prima di implementare un eventuale sistema di gestione terminologica multilingue è possibile avvalersi del modello proposto da Schmitz e Straub (2016:11–14).

¹³⁰ <https://omegat.org/> (ultima consultazione 28/01/2023).

¹³¹ https://www.wordfast.com/products_wordfast_anywhere (ultima consultazione 28/01/2023).

¹³² <https://site.matecat.com/> (ultima consultazione 28/01/2023).

sono, in questo caso, la condivisione centralizzata e l'aggiornamento continuo delle raccolte per prevenire l'obsolescenza dei contenuti. Va comunque sottolineato che la gestione diviene più complessa con l'aumentare del numero di termini immagazzinati e di combinazione linguistiche (cfr. Chiocchetti 2015:258). In tal caso, si suggerisce di valutare l'implementazione di piccoli database interni o, per le imprese più mature, di strumenti appositi per la gestione terminologica. In assenza di glossari e/o testi allineati internamente è consigliabile rivolgersi alla propria agenzia di traduzione e valutare la condivisione e/o l'acquisto dei loro database terminologici e delle memorie di traduzione. In alternativa, le imprese potrebbero sfruttare il potenziale innovativo degli studenti delle facoltà linguistiche che hanno spesso conoscenze approfondite in ambito terminografico e potrebbero compilare per le imprese un primo set di schede terminologiche. Un esempio di questo tipo è il progetto "Linguaggi ed Attività produttive" lanciato nel 1996 dalla Scuola Superiore di Lingue Moderne per Interpreti e Traduttori di Forlì che prevede la realizzazione di raccolte terminologiche multilingue da parte degli studenti per le imprese locali. Gli studenti possono così raccogliere materiale per le proprie tesi di laurea e le imprese possono avvalersi di una prima banca dati con la terminologia del proprio settore.¹³³ Infine, i sistemi di traduzione automatica vengono impiegati già da molte PMI e sono facilmente reperibili in forma gratuita in rete. In particolare, si consiglia di ricorrere a motori di traduzione neurale come DeepL¹³⁴ e eTranslation.¹³⁵ Il primo presenta il vantaggio di poter integrare in maniera autonoma e a costi contenuti i propri glossari aziendali. Il secondo è il motore di traduzione automatica lanciato nel 2017 dalla Commissione Europea ed è stato sviluppato appositamente per le pubbliche amministrazioni europee, le PMI e le facoltà linguistiche. Lo strumento può essere utilizzato gratuitamente e il relativo output può essere perfezionato ricorrendo ai motori di traduzione neurale disponibili sulla piattaforma e addestrati su diverse tipologie testuali.

Alla luce delle proposte illustrate nel presente capitolo appare ancora più evidente come una collaborazione tra ricerca e mondo imprenditoriale sia auspicabile per entrambe le parti e possa contribuire alla divulgazione di buone pratiche con una ricaduta positiva sul territorio in cui operano imprese e università. In quest'ottica il presente lavoro ha fornito una prospettiva interdisciplinare, con cui si è cercato di analizzare la complessità del processo traduttivo nel contesto aziendale scendendo sul campo, dialogando con le imprese stesse e osservandone una dall'interno. Così facendo è stato possibile analizzare in maniera più approfondita le pratiche lavorative reali delle aziende e restituire

¹³³ Le raccolte realizzate nel tempo contano a oggi oltre 13.000 schede e sono disponibili per la consultazione al seguente link: <https://leap.terminologia.it/restricted/index.php?tpl=main> (ultima consultazione 28/01/2023).

¹³⁴ <https://www.deepl.com/translator> (ultima consultazione 28/01/2023).

¹³⁵ https://ec.europa.eu/info/resources-partners/machine-translation-public-administrations-etranlation_en (ultima consultazione 28/01/2023).

uno spaccato sufficientemente accurato del fenomeno osservato. Non da ultimo, si auspica che il presente lavoro possa fungere da punto di partenza e incentivare ulteriori studi sul campo svolti in sinergia con le imprese o con altri enti all'interno dei quali si attuano processi traduttivi.

Bibliografia

- Abdallah, Kristiina. 2010. «Translators' Agency in Production Networks». Pp. 11–46 in *Translators' Agency*, a cura di T. Kinnunen e K. Koskinen. Tampere: Tampere University Press.
- Abdallah, Kristiina. 2012. *Translators in Production Networks: Reflections on Agency, Quality and Ethics*. Tesi di dottorato. University of Eastern Finland.
- Abdallah, Kristiina. 2014. «The Interface between Bourdieu's Habitus and Latour's Agency: The Work Trajectories of Two Finnish Translators». Pp. 111–32 in *Remapping Habitus in Translation Studies*, a cura di G. M. Vorderobermeier. Amsterdam: Rodopi.
- Abdallah, Kristiina, e Kaisa Koskinen. 2007. «Managing Trust: Translating and the Network Economy». *Meta: Journal des Traducteurs / Translators' Journal* 52(4):673–87.
- Angelone, Erik, Maureen Ehrensberger-Dow, e Gary Massey. 2020. «A-Z Key Terms and Concepts». Pp. 387–402 in *The Bloomsbury Companion to Language Industry Studies*, a cura di E. Angelone, M. Ehrensberger-Dow e G. Massey. London: Bloomsbury.
- Antonini, Rachele. 2011. «Natural Translator and Interpreter». Pp. 102–4 in *Handbook of Translation Studies*. Vol. 2, a cura di Y. Gambier e L. van Doorslaer. Amsterdam: Benjamins.
- Antonini, Rachele e Chiara Bucaria. 2015. «NPIT in the media: An overview of the field and main issues». Pp. 7–20 in *Non-professional Interpreting and Translation in the Media*, a cura di R. Antonini e C. Bucaria. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Antonini, Rachele, Letizia Cirillo, Linda Rossato e Ira Torresi. 2017. «Introducing NPIT Studies». Pp. 2–26 in *Non-professional Interpreting and Translation*, a cura di R. Antonini, L. Cirillo, L. Rossato e I. Torresi. Amsterdam: Benjamins.
- Arntz, Reiner, Heribert Picht e Klaus-Dirk Schmitz. 2014. *Einführung in die Terminologearbeit*. 7. Auflage. Hildesheim: Georg Olms.
- Bereiter, Carl e Marlene Scardamalia. 1993. *Surpassing ourselves: an inquiry into the nature and implications of expertise*. Chicago: Open Court Publishing Company.

- Beuchert, Kathrine. 2017. *The Web of Subtitling: A Subtitling Process Model Based on a Mixed Methods Study of the Danish Subtitling Industry and the Subtitling Processes of Five Danish Subtitlers*. Tesi di dottorato. Aarhus University.
- Bundgaard, Kristine. 2017. «Translator Attitudes towards Translator-Computer Interaction - Findings from a Workplace Study». *HERMES - Journal of Language and Communication in Business* (56):125–44.
- Bundgaard, Kristine e Tina Paulsen Christensen. 2019. «Is the concordance feature the new black? A workplace study of translators' interaction with translation resources while post-editing TM and MT matches». *Journal of Specialised Translation* 31(31):14–37.
- Bundgaard, Kristine, Tina Paulsen Christensen e Anne Schjoldager. 2016. «Translator-computer interaction in action: An observational process study of computer-aided translation». *Journal of Specialised Translation* 25:106–30.
- Buzelin, Hélène. 2005. «Unexpected Allies. How Latour's Network Theory Could Complement Bourdieusian Analyses in Translation Studies». *The Translator* 11(2):193–218.
- Buzelin, Helene. 2006. «Independent Publisher in the Networks of Translation». *TTR: traduction, terminologie, r edaction* 19(1).
- Caselli, Marco. 2007. *Indagare col questionario: introduzione alla ricerca sociale di tipo standard*. Milano: Vita & Pensiero.
- Chesterman, Andrew. 2013. «Models of what processes?». *Translation and Interpreting Studies* 8(2):155–68.
- Chesterman, Andrew e Jenny Williams. 2002. *The map: a beginner's guide to doing research in translation studies*. Manchester: St. Jerome.
- Chiocchetti, Elena. 2011. *Resoconto del progetto di ricerca «Terminologia e gestione della conoscenza nelle aziende»*. Bolzano: EURAC.
- Chiocchetti, Elena. 2015. *Comunicazione d'impresa in Alto Adige: Indagine sulle strategie di gestione del multilinguismo nelle PMI insediate in un territorio di contatto linguistico*. Tesi di dottorato. Alma Mater Studiorum - Università di Bologna.

- Chiocchetti, Elena. 2016. «Knowledge Management in Multilingual Areas: Practical Recommendations for SMEs». Pp. 141–60 in *The Ins and Outs of Business and Professional Discourse Research. Reflections on Interacting with the Workplace*, a cura di G. M. Alessi e G. Jacobs. London: Palgrave Macmillan.
- Chiocchetti, Elena. 2018. «Small- and medium-sized enterprises in a multilingual region: best practices in multilingualism or missed opportunities?» *European Journal of International Management* 12(1–2):138–57.
- Christensen, Tina Paulsen e Anne Schjoldager. 2019. «Technical documentation and (technical) translation: a case study of work practices and concepts». Pp. 17–37 in *Challenging Boundaries: New Approaches to Specialized Communication*, a cura di H. E. Jüngst, L. Link, K. Schubert e C. Zehrer. Berlin: Frank & Timme.
- Ciuk, Sylwia e Philip James. 2015. «Interlingual Translation and the Transfer of Value-Infused Practices: An in-Depth Qualitative Exploration». *Management Learning* 46(5):565–81.
- Clancey, William J. 1997. *Situated Cognition: On Human Knowledge and Computer Representations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cnyrim, Andrea. 2021. «Sprachmittlung am Arbeitsplatz: Welche Kompetenz benötigen Expert*innen anderer Fachrichtungen für ihre alltägliche berufliche Sprachmittlungspraxis?». Pp. 67–93 in *Mehrsprachigkeit am Arbeitsplatz*, a cura di M. Matticchio. Berlin: Frank & Timme.
- Corbetta, Piergiorgio. 2015. *La ricerca sociale: metodologia e tecniche. Le tecniche qualitative*. Bologna: Il Mulino.
- Creswell, John. 2014. *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Daille, Béatrice. 2017. *Term Variation in Specialised Corpora: Characterisation, Automatic Discovery and Applications*. Amsterdam: Benjamins.
- Dam, Helle V. e Karen Zethsen. 2009. «Translators and (Lack of) Power - a Study of Danish Company Translators' Occupational Status». *Language at Work - Bridging Theory and Practice* 4(6).

- Dam, Helle V. e Karen Zethsen. 2011. «The Status of Professional Business Translators on the Danish Market: A Comparative Study of Company, Agency and Freelance Translators». *Meta: Journal des Traducteurs / Translators' Journal* 56(4):976–97.
- De Camillis, Flavia. 2021. *La traduzione non professionale nelle istituzioni pubbliche dei territori di lingua minoritaria: il caso di studio dell'amministrazione della Provincia autonoma di Bolzano*. Tesi di dottorato. Alma Mater Studiorum - Università di Bologna.
- Dolei, Ester. 2022. *Adaptive Neural Translation for Enterprises (ANTE). La traduzione automatica neurale a sostegno delle imprese emiliano-romagnole*. Tesi di dottorato. Alma Mater Studiorum - Università di Bologna.
- Döring, Nicola e Jürgen Bortz. 2016. *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. Heidelberg: Springer.
- Drewer, Petra e Klaus-Dirk Schmitz. 2017. *Terminologiemanagement: Grundlagen - Methoden - Werkzeuge*. Heidelberg: Springer.
- Drewer, Petra e Wolfgang Ziegler. 2014. *Technische Dokumentation: Übersetzungsgerechte Texterstellung und Content-Management*. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Würzburg: Vogel Business Media.
- Duflou, Veerle. 2016. *Be(Com)Ing a Conference Interpreter : An Ethnography of EU Interpreters as a Professional Community*. Amsterdam: Benjamins.
- Durban, Chris. 2013. «Translation: Getting it right». Disponibile sul sito dell'Associazione Italiana Traduttori e Interpreti (AITI): <https://aiti.org/it/guida-durban-alla-traduzione-corretta> (ultima consultazione 21/01/2023).
- Ehrensberger-Dow, Maureen. 2014. «Challenges of Translation Process Research at the Workplace». *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación* 1:355–83.
- Ehrensberger-Dow, Maureen e Andrea Hunziker Heeb. 2016. «Investigating the ergonomics of the technologized translation workplace». Pp. 69–88 in *Reembedding translation process research*, a cura di R. Muñoz Martín. Amsterdam: Benjamins.

- Ehrensberger-Dow, Maureen e Gary Massey. 2019. «Translation workplace-based research». Pp. 354–369 in *The Routledge Handbook of Translation and Technology*, a cura di M. O’Hagan. London: Routledge.
- Ehrensberger-Dow, Maureen, Gary Massey, Andrea Hunziker Heeb, Peter Jud, Martin Kappus, Annina Meyer, Heidrun Becker, Ursula Meidert, Silke Neumann, Catherine Badras e Martin Schuler. 2015. *Final report Cognitive and Physical Ergonomics of Translation (ErgoTrans)*. Zurigo: Zurich University of Applied Sciences.
- Esfandiari, Mohammad Reza, Tengku Sepora e Tengku Mahadi. 2015. «Translation Competence: Aging Towards Modern Views». *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 192:44–53.
- Feely, Alan J. e Anne-Wil Harzing. 2003. «Language management in multinational companies». *Cross Cultural Management: An International Journal* 10(2):37–52.
- Ferlein, Jörg e Nicole Hartge. 2008. *Technische Dokumentation für internationale Märkte: Haftungsrechtliche Grundlagen – Sprache – Gestaltung – Redaktion und Übersetzung*. Renningen: Expert Verlag.
- Gerloff, Pamela. 1986. «Second Language Learners’ Reports on the Interpretive Process». Pp. 243–62 in *Interlingual and Intercultural Communication. Discourse and Cognition in Translation and Second Language Acquisition Studies*, a cura di J. House e S. Blum-Kulka. Tübingen: Gunter Narr.
- Geuchte, Sofie Van de e Leona Van Vaerenbergh. 2016. «Text creation in a multilingual institutional setting: The translator as part of a cooperative system». *Translation Spaces* 5(1):59–77.
- Gillham, Bill. 2000. *Case Study Research Methods*. London: Continuum.
- Gobbi, Ilaria. 2016. *Italiano Tecnico Semplificato*. Roma: EUS edizioni umanistiche scientifiche.
- Gold, Raymond L. 1958. «Roles in sociological field observations». *Social Forces* 36:217–23.
- Göpferich, Susanne. 1998. *Interkulturelles Technical Writing: Fachliches adressatengerecht vermitteln: ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Gunter Narr.
- Göpferich, Susanne. 2006. «Modifications in documentation processes and their impact on the work of technical communicators and translators and their training». *LSP & Professional Communication* 6(1).

- Göpferich, Susanne. 2008. *Translationsprozessforschung: Stand - Methoden - Perspektiven*. Tübingen: Gunter Narr.
- Gouadec, Daniel. 2007. *Translation as a Profession*. Amsterdam: Benjamins.
- Gouardères, Frédéric. 2021. «Note tematiche sull'Unione europea. Piccole e medie imprese.» Disponibile sul sito del Parlamento Europeo: https://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/it/FTU_2.4.2.pdf (ultima consultazione 21/01/2023).
- Grbić, Nadja e Pekka Kujamäki. 2018. «Professional vs Non-Professional?: How boundary work shapes research agendas in translation and interpreting studies». Pp. 113–131 in *Moving Boundaries in Translation Studies*, a cura di H. Dam, M. Brøgger e K. Zethsen. London: Routledge.
- Hagen, Stephen. 2006. *ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*. Disponibile sul sito della Commissione Europea: https://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/elan_en.pdf (ultima consultazione 21/01/2023).
- Hagen, Stephen. 2011. *Report on Language Management Strategies and Best Practice in European SMEs: The PIMLICO Project*. Disponibile sul sito della Commissione Europea: https://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/pimlico-full-report_en.pdf (ultima consultazione 21/01/2023).
- Hammersley, Martyn. 2008. «Troubles with Triangulation». Pp. 22–36 in *Advances in Mixed Methods Research*, a cura di M. Bergman. London: SAGE Publications.
- Harris, Brian. 2017. «Unprofessional translation. A blog-based overview». Pp. 29–43 in *Non-professional Interpreting and Translation*, a cura di R. Antonini, L. Cirillo, L. Rossato e I. Torresi. Amsterdam: Benjamins.
- Harris, Brian e Bianca Sherwood. 1978. «Translating as an Innate Skill». Pp. 155–70 in *Language Interpretation and Communication, NATO Conference Series*, a cura di D. Gerver e H. W. Sinaiko. Boston: Springer.
- Harzing, Anne-Wil, Kathrin Köster e Ulrike Magner. 2011. «Babel in business: The language barrier and its solutions in the HQ-subsiidiary relationship». *Journal of World Business* 46(3):279–87.

- Hatano, Giyoo e Kayoko Inagaki. 1986. «Two Courses of Expertise». Pp. 262–72 in *Child development and education in Japan*, a cura di H. Stevenson, H. Azuma, K. Hakuta. New York: Freeman.
- Heath, Christian, Hubert Knoblauch e Paul Luff. 2000. «Technology and Social Interaction: The Emergence of ‘Workplace Studies’». *British Journal of Sociology* 51(2):299–320.
- Hébert-Malloch, Louise. 2004. «What Do We Know About a Translator’s Day?». *Meta: Journal des Traducteurs / Translators’ Journal* 49(4):973–79.
- Heidrich, Franziska. 2016. *Kommunikationsoptimierung im Fachübersetzungsprozess*. Berlin: Frank & Timme.
- Hild, Adelina. 2017. «The Role and Self-Regulation of Non-Professional Interpreters in Religious Settings: The VIRS Project». Pp. 177–94 in *Non-professional Interpreting and Translation*, a cura di R. Antonini, L. Cirillo, L. Rossato e I. Torresi. Amsterdam: Benjamins.
- Hjort, Minna e Minna Ruokonen. 2019. «O Translator, Where Art Thou? In-House Translators’ Physical Location and Organisational Position». *VAKKI Publications* 39(10):95–108.
- Holmes, James S. 1988. *Translated!: Papers on Literary Translation and Translation Studies*. Amsterdam: Rodopi.
- Holz-Mänttari, Justa. 1984. *Translatorisches Handeln: Theorie und Methode*. Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia.
- Hubscher-Davidson, Severine. 2011. «A Discussion of Ethnographic Research Methods and Their Relevance for Translation Process Research». *Across Languages and Cultures* 12(1):1–18.
- Hussy, Walter, Margrit Schreier e Gerald Echterhoff. 2013. *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor*. 2., überarbeitete Auflage. Heidelberg: Springer.
- Iacobucci, Donato. 2020. «Classifica delle principali imprese marchigiane: Anno 2019». *Economia Marche Journal of Applied Economics* 39(2).
- Incelli, Ersilia. 2008. «Foreign language management in Lazio SMEs». *Lang Policy* 7:99–120.
- ISO, International Standard. 2014. *ISO 4618:2014(en) Paints and varnishes — Terms and definitions*.

- ISO, International Standard. 2015. *ISO 17100 (2015) Translation services — Requirements for translation services*.
- Jakobsen, Arnt Lykke. 2017. «Translation Process Research». Pp. 19–49 in *The Handbook of Translation and Cognition*, a cura di J. W. Schwieter e A. Ferreira. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Jorgensen, Danny L. 1989. *Participant Observation. A Methodology for Human Studies*. London: SAGE Publications.
- Kastberg, Peter. 2009. «Zur Ontogenese einer Instruktion: Erarbeitung eines Methodengerüsts und erste Erfahrungen». Pp. 38–68 in *Sind Gebrauchsanleitungen zu gebrauchen?, Europäische Studien zur Textlinguistik*, a cura di M. G. Ditlevsen, P. Kastberg e C. Andersen. Tübingen: Francke.
- Kelle, Udo e Christian Erzberger. 2019. «Qualitative und quantitative Methoden: kein Gegensatz». in *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*, a cura di U. Flick, E. von Kardorff e I. Steinke. Hamburg: Rowohlt.
- King, Nigel. 2012. «Doing Template Analysis». Pp. 426–49 in *Qualitative Organizational Research: Core Methods and Current Challenges*, a cura di G. Symon e C. Cassell. London: SAGE Publications.
- Kinnunen, Tuija. 2010. «Agency, activity and court interpreting». Pp. 126–64 in *Translators' agency*, a cura di T. Kinnunen e K. Koskinen. Tampere: Tampere University Press.
- Kinnunen, Tuija. 2013. «Translatorisches Handeln und die interprofessionale Kooperation im Kontext des Gerichtsdolmetschens in Finnland». *trans-kom* 6(1):70–91.
- Kiraly, Donald C. 1995. *Pathways to Translation: Pedagogy and Process*. Kent: Kent State University Press.
- Knoblauch, Hubert e Christian Heath. 1999. «Technologie, Interaktion und Organisation: die Workplace Studies». *Schweizerische Zeitschrift für Soziologie* 25(2):163–81.
- Koskela, Merja, Kaisa Koskinen e Nina Pilke. 2017. «Bilingual formal meeting as a context of translatoriality». *Target* 29(3):464–85.

- Koskinen, Kaisa. 2008. *Translating Institutions: An Ethnographic Study of EU Translation*. Manchester: St. Jerome.
- Koskinen, Kaisa. 2020. «Translational Linguistic Ethnography in Organizations». Pp. 60–77 in *Managing Multilingual Workplaces*, a cura di S. Horn, P. Lecomte e S. Tietze. New York: Routledge.
- Krings, Hans. 1986. *Was in den Köpfen der Übersetzer vorgeht*. Tübingen: Gunter Narr.
- Krings, Hans. 2005. «Wege ins Labyrinth – Fragestellungen und Methoden der Übersetzungsprozessforschung im Überblick». *Meta: Journal des Traducteurs / Translators' Journal* 50(2):342–58.
- Krüger, Ralph. 2015. «Fachübersetzen aus kognitionstranslatologischer Perspektive. Das Kölner Modell des situierten Fachübersetzers». *trans-kom* 8(2):273–313.
- Kuckartz, Udo. 2018. *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. 4., überarbeitete Auflage. Weinheim Basel: Beltz Juventa.
- Künzli, Alexander. 2014. «Die Übersetzungsrevision – Begriffsklärungen, Forschungsstand, Forschungsdesiderate». *trans-kom* 7(1):1–29.
- Kuznik, Anna. 2012. *El contenido de los puestos de trabajo de los traductores: El caso de los traductores internos en las empresas de traducción de Barcelona*. Saarbrücken: Editorial Académica Española.
- Kuznik, Anna. 2016a. «La traduction comme travail : perspectives croisées en ergonomie, sociologie et traductologie». *ILCEA. Revue de l'Institut des langues et cultures d'Europe, Amérique, Afrique, Asie et Australie* 27.
- Kuznik, Anna. 2016b. «Work Content of In-House Translators in Small and Medium-Sized Industrial Enterprises. Observing Real Work Situations». *Journal of Specialised Translation* 25:213–31.
- Kuznik, Anna e Joan Miquel Verd. 2010. «Investigating Real Work Situations in Translation Agencies. Work Content and Its Components». *HERMES - Journal of Language and Communication in Business* (44):25–43.

- Lavric, Eva. 2008. «Fifteen Theses About Business language Choices. Plurilingual Strategies of Companies and of Individuals Within Companies». *Fachsprache* 3(4):156–68.
- Lavric, Eva. 2009. *Sprachwahl im Unternehmen: Tiroler Fallstudien. Ergebnisse eines Projektseminars an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck*. Innsbruck: Innsbruck University Press.
- Lavric, Eva. 2012. «Politiques conscientes et ‘bricolage’ linguistique dans les entreprises et dans les équipes de football». *Synergies Pays germanophones* 5:165–86.
- Lavric, Eva, Susanne Lesk e Martin Stegu. 2017. «Multilingualism in business: Language needs». Pp. 249–317 in *Handbook of Business Communication*, a cura di G. Mautner e F. Rainer. Boston/Berlin: De Gruyter Mouton.
- LeBlanc, Matthieu. 2013. «Translators on Translation Memory (TM). Results of an Ethnographic Study in Three Translation Services and Agencies». *Translation & Interpreting* 5(2):1–13.
- Lebtahi, Yannicke e Jérôme Ibert. 2004. «Traducteurs dans la société de l’information : évolutions et interdépendances». *Meta: Journal des Traducteurs / Translators’ Journal* 49(2):221–35.
- Lesk, Susanne, Eva Lavric e Martin Stegu. 2017. «Multilingualism in Business: Language Policies and Practices». Pp. 269–318 in *Handbook of Business Communication*, a cura di G. Mautner e F. Rainer. Boston/Berlin: De Gruyter Mouton.
- Logemann, Minna e Rebecca Piekkari. 2015. «Localize or local lies? The power of language and translation in the multinational corporation». *critical perspectives on international business* 11(1):30–53.
- Lörscher, Wolfgang. 1987. *Übersetzungsperformanz, Übersetzungsprozeß und Übersetzungsstrategien. Eine psycholinguistische Untersuchung*. Habilitationsschrift. Universität Essen.
- Lörscher, Wolfgang. 2005. «The Translation Process: Methods and Problems of Its Investigation». *Meta: Journal des Traducteurs / Translators’ Journal* 50(2):597–608.
- Loss, Eva e Marella Magris. 2021. «Terminologie in “mobilen Zeiten”. Eine Herausforderung für Terminologen und Terminographen». Pp. 93–115 in *I linguaggi dell’impresa. Dialogo tra la*

ricerca scientifica e il mondo imprenditoriale, a cura di A. Nardi e N. Leonardi. Roma: Aracne.

Lüders, Christian. 2019. «Beobachten im Feld und Ethnographie». in *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Magris, Marella. 1992. «La traduzione del linguaggio medico: analisi contrastiva di testi in lingua italiana, inglese e tedesca». *Traduzione, società e cultura* 2:1–82.

Marco, Josep. 2009. «Training Translation Researchers». *The Interpreter and Translator Trainer* 3(1):13–35.

Marinetti, Cristina e Margaret Rose. 2013. «Process, practice and landscapes of reception: An ethnographic study of theatre translation». *Translation Studies* 6(2):166–82.

Marschan, Rebecca, Denice Welch e Lawrence Welch. 1997. «Language: The forgotten factor in multinational management». *European Management Journal* 15(5):591–98.

Matthews, Bob e Liz Ross. 2010. *Research Methods: A Practical Guide for the Social Sciences*. Harlow: Pearson Education.

Mayring, Philipp. 2001. «Combination and Integration of Qualitative and Quantitative Analysis». *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 2(1).

McDonough, Julie. 2007. «How Do Language Professionals Organize Themselves? An Overview of Translation Networks». *Meta: Journal des Traducteurs / Translators' Journal* 52(4):793–815.

Memoli, Rosanna. 2004. *Strategie e strumenti della ricerca sociale*. Milano: FrancoAngeli.

Menary, Richard. 2010. «Introduction to the Special Issue on 4E Cognition». *Phenomenology and the Cognitive Sciences* 9(4):459–63.

Mende, Carsten. 2016. «A new standard for translation services?». Disponibile sul sito di *tcworld*: <https://www.tcworld.info/e-magazine/translation-and-localization/a-new-standard-for-translation-services-690/> (ultima consultazione 21/01/2023).

Menz, Florian e Heinz K. Stahl. 2008. *Handbuch Stakeholderkommunikation*. Berlin: Erich Schmidt.

- Merriam, Sharan B. 1998. *Qualitative research and case study applications in education*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Milošević, Jelena e Hanna Risku. 2020. «Situated Cognition and the Ethnographic Study of Translation Processes: Translation Scholars as Outsiders, Consultants and Passionate Participants». *Linguistica Antverpiensia, New Series – Themes in Translation Studies* 19.
- Monzó-Nebot, Esther. 2006. «¿Somos profesionales? Bases para una sociología de las profesiones aplicada a la traducción». Pp. 155–76 in *Sociology of translation*, a cura di A. Parada e O. D. Fouces. Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo.
- Moorkens, Joss. 2020. «Comparative Satisfaction among Freelance and Directly-Employed Irish-Language Translators». *Translation & Interpreting* 12(1):55–73.
- Muñoz Martín, Ricardo. 2010. «On Paradigms and Cognitive Translatology». Pp. 169–87 in *Translation and Cognition*, a cura di G. M. Shreve e E. Angelone. Amsterdam: Benjamins.
- Muñoz Martín, Ricardo. 2014. «Situating translation expertise. A review with a sketch of a construct». Pp. 2–56 in *The Development of Translation Competence Theories and Methodologies from Psycholinguistics and Cognitive Science*, a cura di J. W. Schwieter e A. Ferreira. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- Muñoz Martín, Ricardo. 2017. «Looking Toward the Future of Cognitive Translation Studies». Pp. 555–72 in *The Handbook of Translation and Cognition*, a cura di J. W. Schwieter e A. Ferreira. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Nekvapil, Jiří e Tamah Sherman. 2015. «An introduction: Language Management Theory in Language Policy and Planning». *International Journal of the Sociology of Language* 2015(232):1–12.
- Nida, Eugene A. 1964. *Toward a Science of Translating: With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating*. Leiden: Brill.
- Nord, Christiane. 1993. *Einführung in das funktionale Übersetzen: am Beispiel von Titeln und Überschriften*. Tübingen: Francke.

- O'Brien, Sharon, Maureen Ehrensberger-Dow, Megan Connolly e Marcel Hasler. 2017. «Irritating CAT Tool Features That Matter to Translators». *HERMES - Journal of Language and Communication in Business* (56):145–62.
- O'Brien, Sharon e Joss Moorkens. 2017. «Assessing user interface needs of post-editors of machine translation». Pp. 109–130 in *Human Issues in Translation Technology*, a cura di D. Kenny e J. Williams. London: Routledge.
- Oehmig, Peter. 2006. «Übersetzung – einwandfrei und reibungslos». *technische Kommunikation* 5. <https://technischekommunikation.info/fachartikel/lokalisierung-und-uebersetzung/uebersetzung-einwandfrei-und-reibungslos-176/> (ultima consultazione 21/01/2023).
- Olohan, Maeve. 2017. «Knowing in Translation Practice: A Practice-Theoretical Perspective». *Translation Spaces* 6(1):159–80.
- Olohan, Maeve e Elena Davitti. 2017. «Dynamics of Trusting in Translation Project Management: Leaps of Faith and Balancing Acts». *Journal of Contemporary Ethnography* 46(4):391–416.
- O'Reilly, Karen. 2011. *Ethnographic Methods*. London: Routledge.
- Ottmann, Angelika e Carmen Canfora. 2017. «Übersetzungen richtig bewerten». *technische Kommunikation* 6. <https://technischekommunikation.info/fachartikel/lokalisierung-und-uebersetzung/uebersetzungen-richtig-bewerten-871/> (ultima consultazione 21/01/2023).
- PACTE GROUP. 2003. «Building a translation competence model». Pp. 43–66 in *Triangulating Translation: Perspectives in process oriented research*, a cura di F. Alves. Amsterdam: Benjamins.
- Pedersen, Daniel. 2016. *Transcreation in Marketing and Advertising: An Ethnographic Study*. Tesi di dottorato. Aarhus University.
- Peruzzo, Katia. 2010. «Horizontal denominative variation in an EU victim related English-Italian parallel corpus». *Rivista internazionale di tecnica della traduzione = International Journal of Translation* 12:177–88.
- Piekkari, Rebecca, Denice Welch e Lawrence Welch. 2017. *Language in International Business: The Multilingual Reality of Global Business Expansion*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

- Pym, Anthony. 2011. «Translation research terms: a tentative glossary for moments of perplexity and dispute». Pp. 75–99 in *Translation research projects*, a cura di A. Pym. Tarragona: Intercultural Studies Group.
- RaDT. 2010. *Wissen, Marken, Kundenbindung. Kritischer Erfolgsfaktor Terminologie*. Köln: Rat für Deutschsprachige Terminologie (RaDT).
- Rasmussen, Kirsten e Anne Schjoldager. 2011. «Revising Translations: A Survey of Revision Policies in Danish Translation Companies». *Journal of Specialised Translation* 15:87–120.
- Reeves, Nigel e Colin Wright. 1996. *Linguistic Auditing: A Guide to Identifying Foreign Language Communication Needs in Corporations*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Reiß, Katharina e Hans J. Vermeer. 1984. *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie*. Tübingen: Niemeyer.
- Risku, Hanna. 2002. «Situatedness in Translation Studies». *Cognitive Systems Research* 3(3):523–33.
- Risku, Hanna. 2014. «Translation Process Research as Interaction Research: From Mental to Socio-Cognitive Processes». *MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación* 1:331–53.
- Risku, Hanna. 2016. *Translationsmanagement: Interkulturelle Fachkommunikation im Informationszeitalter*. Tübingen: Francke.
- Risku, Hanna. 2017. «Ethnographies of Translation and Situated Cognition». Pp. 290–310 in *The Handbook of Translation and Cognition*, a cura di J. W. Schwieter e A. Ferreira. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Risku, Hanna e Angela Dickinson. 2009. «Translators as Networkers: The Role of Virtual Communities». *HERMES - Journal of Language and Communication in Business* (42):49–70.
- Risku, Hanna e Roland Freihoff. 2000. «Kooperative Textgestaltung im translatorischen Handlungsrahmen». Pp. 49–59 in *Translation in Context*, a cura di A. Chesterman, N. San Salvador e Y. Gambier. Amsterdam: Benjamins.
- Risku, Hanna, Jelena Milosevic e Regina Rogl. 2021. «Responsibility, powerlessness, and conflict. An ethnographic case study of boundary management in translation». Pp. 145–68 in

Translating Asymmetry – Rewriting Power, a cura di O. Carbonell i Cortés e E. Monzó-Nebot. Amsterdam: Benjamins.

- Risku, Hanna, Christina Pein-Weber e Jelena Milošević. 2016. «“The Task of the Translator”:
Comparing the Views of the Client and the Translator». *International Journal of
Communication* 10(0):20.
- Risku, Hanna e Regina Rogl. 2020. «Translation and situated, embodied, distributed, embedded and
extended cognition». Pp. 478–500 in *The Routledge Handbook of Translation and Cognition*,
a cura di F. Alves e A. Jakobsen. London: Routledge.
- Risku, Hanna, Regina Rogl e Jelena Milosevic. 2017. «Translation practice in the field. Current
research on socio-cognitive processes». *Translation Spaces* 6(1):3–26.
- Risku, Hanna, Regina Rogl e Jelena Milošević. 2020. «Researching workplaces». Pp. 37–62 in *The
Bloomsbury Companion to Language Industry Studies*, a cura di E. Angelone, M.
Ehrensberger-Dow e G. Massey. London: Bloomsbury.
- Risku, Hanna, Regina Rogl e Christina Pein-Weber. 2016. «Mutual dependencies: centrality in
translation networks». *The Journal of Specialised Translation* 25:232–53.
- Risku, Hanna e Florian Windhager. 2015. «Extended Translation. A Socio-cognitive Research
Agenda». Pp. 35–47 in *Interdisciplinarity in Translation and Interpreting Process Research*,
a cura di M. Ehrensberger-Dow, S. Göpferich e S. O’Brien. Amsterdam: Benjamins.
- Risku, Hanna, Florian Windhager e Matthias Apfelthaler. 2013. «A Dynamic Network Model of
Translational Cognition and Action». *Translation Spaces* 2(1):151–82.
- Robbins, Philip e Murat Aydede. 2009. *The Cambridge Handbook of Situated Cognition*. Cambridge:
Cambridge University Press.
- Rogl, Regina. 2017. «Language-related disaster relief in Haiti. Volunteer translator networks and
language technologies in disaster aid». Pp. 231–55 in *Non-professional Interpreting and
Translation*, a cura di R. Antonini, L. Cirillo, L. Rossato e I. Torresi. Amsterdam: Benjamins.
- Ruiz Rosendo, Lucía. 2022. «Interpreting for the military: Creating communities of practice». *The
Journal of Specialised Translation* 37:16–34.

- Saldanha, Gabriela e Sharon O'Brien. 2014. *Research Methodologies in Translation Studies*. New York: Routledge.
- Sanden, Guro R. 2015. «Corporate Language Policies: What Are They». *Journal of Economics, Business and Management* 3(11):1097–1101.
- Sanden, Guro R. 2016. «Language Management 3: A Theory, a Sub-Concept, and a Business Strategy Tool». *Applied Linguistics* 37(4):520–35.
- Sanden, Guro R. 2020. «Ten reasons why corporate language policies can create more problems than they solve». *Current Issues in Language Planning* 21(1):22–44.
- Sandrini, Peter. 2016. «Fachübersetzen». Pp. 158–81 in *Berufsziel Übersetzen und Dolmetschen: Grundlagen, Ausbildung, Arbeitsfelder*, a cura di M. Kadrić e K. Kaindl. Stuttgart: Francke.
- Sannholm, Raphael. 2021. *Translation, Teamwork, and Technology: The Use of Social and Material Scaffolds in the Translation Process*. Tesi di dottorato. Stockholm University.
- Schäffner, Christina, Luciana Sabina Tcaciuc e Wine Tesseur. 2014. «Translation practices in political institutions: a comparison of national, supranational, and non-governmental organisations». *Perspectives* 22(4):493–510.
- Schensul, Stephen, Margaret D. LeCompte e Jean J. Schensul. 1999. *Essential Ethnographic Methods. Observations, Interviews, and Questionnaires*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Schmitz, Klaus-Dirk. 2020. «Ohne Grundlagen geht es nicht». *technische Kommunikation* 4. <https://technischekommunikation.info/schwerpunktthemen/ohne-grundlagen-geht-es-nicht-1082/> (ultima consultazione 21/01/2023).
- Schmitz, Klaus-Dirk e Daniela Straub. 2016. *Erfolgreiches Terminologiemanagement im Unternehmen: Praxishilfe und Leitfaden: Grundlagen, Umsetzung, Kosten-Nutzen-Analyse, Systemübersicht*. Stuttgart: tcworld.
- Schnierer, Madeleine. 2019. *Qualitätssicherung: Die Praxis der Übersetzungsrevision in Zusammenhang mit EN 15038 und ISO 17100*. Berlin: Frank & Timme.
- Schubert, Klaus. 2007. *Wissen, Sprache, Medium, Arbeit. Ein integratives Modell der ein- und mehrsprachigen Fachkommunikation*. Tübingen: Gunter Narr.

- Schubert, Klaus. 2009a. «Kommunikationsoptimierung: Vorüberlegungen zu einem fachkommunikativen Forschungsfeld». *trans-komm* 2(1):109–50.
- Schubert, Klaus. 2009b. «Positioning Translation in Technical Communication Studies». *The Journal of Specialised Translation* 17–30.
- Schubert, Klaus. 2019. «Fachübersetzen und technische Redaktion als gelenkte Kommunikation». Pp. 13–28 in *Translation – Fachkommunikation – Fachübersetzung*, a cura di B. Ahrens, S. Hansen-Schirra, M. Krein-Kühle, M. Schreiber e U. Wienen. Berlin: Frank & Timme.
- Semi, Giovanni. 2010. *L'osservazione partecipante: una guida pratica*. Bologna: Il Mulino.
- Shreve, Gregory M. 2006. «The Deliberate Practice: Translation and Expertise». *The Journal of Specialised Translation* 9(1):27–42.
- Shreve, Gregory M. 2020. «Professional translator development from an expertise perspective». Pp. 153–78 in *The Bloomsbury Companion to Language Industry Studies*, a cura di E. Angelone, M. Ehrensberger-Dow e G. Massey. London: Bloomsbury.
- Simons, Helen. 2009. *Case Study Research in Practice*. London: SAGE Publications.
- Spolsky, Bernard. 2009. *Language Management*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Suchman, Lucy. 1987. *Plans and situated action: The problem of human–machine communication*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Suchman, Lucy. 2007. *Human–machine reconfigurations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sun, Sanjun. 2014. «Rethinking Translation Studies». *Translation Spaces* 3(1):167–91.
- Taronna, Annarita. 2019. «The Role of Non-professional Translators and Interpreters in Emergency Migratory Settings: A Southern Translocal Perspective». *I-LanD Journal* 2:117–31.
- Teixeira, Carlos S. C. e Sharon O'Brien. 2017. «Investigating the cognitive ergonomic aspects of translation tools in a workplace setting». *Translation Spaces* 6(1):79–103.
- Tesseur, Wine. 2012. «Amnesty International's language strategy put into practice: a case study of the translation of press releases». Pp. 1–17 in *Emerging Research in Translation Studies: Selected Papers of the CETRA Research Summer School 2012*, a cura di G. González Núñez, Y. Khaled e T. Voinova. Leuven: KU Leuven.

- Tesseur, Wine. 2014. *Transformation through translation: Translation policies at Amnesty International*. Tesi di dottorato. Aston University.
- Tesseur, Wine. 2017. «The Translation Challenges of INGOs: Professional and Non-Professional Translation at Amnesty International». *Translation Spaces* 6(2):209–29.
- Thomas, Chris A. 2007. «Language Policy in Multilingual Organizations». *Special Issue on Language Policy and Planning* 22(1):81–104.
- Tietze, Susanne. 2021. *Language, Translation and Management Knowledge: A Research Overview*. London: Routledge.
- Toury, Gideon. 1995. *Descriptive Translation Studies – and Beyond*. Amsterdam: Benjamins.
- Trochim, William. 2006. «Descriptive Statistics». Disponibile sul sito *Research Methods Knowledge Base*: <https://conjointly.com/kb/descriptive-statistics/> (ultima consultazione 21/01/2023).
- Tyulenev, Sergey. 2015. «Towards theorising translation as an occupation». *Asia Pacific Translation and Intercultural Studies* 2(1):15–29.
- Verbraucherrat des DIN. 2009. *Bedienungs- und Gebrauchsanleitungen: Probleme aus Verbrauchersicht und Lösungsansätze zur Verbesserung technischer Anleitungen*. Berlin: DIN Deutsches Institut für Normung e.V.
- Verd, Joan Miquel, Oriol Barranco e Sara Moreno. 2007. «El análisis de los procesos de trabajo mediante métodos etnográficos: el caso del trabajo administrativo de consultas externas hospitalarias». *Revista de Sociologia* 83:145–68.
- Walker, Callum e Federico M. Federici. 2018. *Eye Tracking and Multidisciplinary Studies on Translation*. Amsterdam: Benjamins.
- Walter, Sven. 2014. «Situierete Kognition». *Information Philosophie* 2:28–32.
- Welch, Denice, Lawrence Welch e Rebecca Marschan-Piekkari. 2001. «The Persistent Impact of Language on Global Operations». *Prometheus* 19(3):193–209.
- Ybema, Sierk, Dvora Yanow, Harry Wels e Frans H. Kamsteeg. 2009. *Organizational Ethnography: Studying the Complexity of Everyday Life*. London: SAGE Publications.

Yin, Robert K. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. London: SAGE Publications.

Sitografia

Statistica Regione Marche: <https://statistica.regione.marche.it/> (ultima consultazione 28/11/2022)

Banca Dati AIDA: <https://aida.bvdinfo.com/version-2022211/Home.serv?product=AidaNeo> (ultima consultazione 28/01/2023)

Confindustria Marche: <http://confindustria.marche.it/sp/home.3sp> (ultima consultazione 28/01/2023)

Stata: <https://www.stata.com/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Listen N' Write: <https://listen-n-write-free.it.uptodown.com/windows> (ultima consultazione 28/01/2023)

Cluster Marche: <https://www.cluster-marche.it/home> (ultima consultazione 28/01/2023)

EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html> (ultima consultazione 28/01/2023)

Contexto Reverso: <https://context.reverso.net/traduzione/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Linguee: <https://www.linguee.de/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Colori RAL: <https://www.coloriral.it/> (ultima consultazione 28/01/2023)

DeepL: <https://www.deepl.com/translator> (ultima consultazione 28/01/2023)

Sapere: <https://www.sapere.it/enciclopedia/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Lignocolor: <https://www.lignocolor.de/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Kaufland: <https://www.kaufland.de> (ultima consultazione 28/01/2023)

Cambridge: <https://dictionary.cambridge.org/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Macmillan: <https://www.macmillandictionary.com/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache: <https://www.dwds.de/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Associazione Italiana Traduttori e Interpreti (AITI): <https://aiti.org/it> (ultima consultazione 28/01/2023)

Terminologia.it: <https://www.terminologia.it> (ultima consultazione 28/01/2023)

IATE: <https://iate.europa.eu/home> (ultima consultazione 28/01/2023)

Centro Linguistico di Ateneo (UNIMC): <http://cla.unimc.it/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Italiano Tecnico Semplificato: <https://www.italianotecnicosemplificato.it/> (ultima consultazione 28/01/2023)

Associazione COM&TEC: <https://www.comtec-italia.org/> (ultima consultazione 28/12/2022)

OmegaT: <https://omegat.org/> (ultima consultazione 28/12/2022)

Wordfast Anywhere: https://www.wordfast.com/products_wordfast_anywhere (ultima consultazione 28/12/2022)

Matecat: <https://site.matecat.com/> (ultima consultazione 28/12/2022)

eTranslation: https://ec.europa.eu/info/resources-partners/machine-translation-public-administrations-etranlation_en (ultima consultazione 28/01/2023)

ALLEGATO – Questionario

Gentile partecipante,

il presente questionario è stato elaborato nell'ambito di un progetto di “Dottorato Innovativo”, promosso dalla Regione Marche e indirizzato alle imprese marchigiane. L'indagine mira ad analizzare le modalità di comunicazione con l'estero, i reparti coinvolti nell'utilizzo delle lingue straniere e la gestione delle traduzioni.

La compilazione richiederà 5-10 minuti e, se lo vorrà, al termine dell'indagine potrà essere informato sui risultati della presente analisi.

Il questionario è anonimo, i dati raccolti saranno trattati nel rispetto della privacy e in modo aggregato.

1. Con la presente si richiede il consenso al trattamento dei dati raccolti. Si dichiara di essere consapevole che i dati saranno raccolti in forma anonima e trattati in forma aggregata attraverso analisi statistiche in cui in nessun modo possano essere riconosciuti i singoli rispondenti al questionario. Si dichiara di non essere stati costretti a partecipare alla ricerca. Si dichiara di non essere stati indirizzati nella risposta alle domande in quanto il questionario è autosomministrato. Si dichiara di essere consapevoli che i dati comunque saranno trattati solo per fini scientifici e non per fini di lucro. (DOMANDA FILTRO)

Accetto

Non accetto

2. Ruolo ricoperto dal/la rispondente:

3. Numero di dipendenti dell'azienda:

0-10 dipendenti

11-50 dipendenti

51-100 dipendenti

101-250 dipendenti

oltre 250 dipendenti

4. Selezionare il settore di attività dell'azienda:

Agenzie e servizi

Agricoltura

Alimentare

Apparecchi elettrici ed elettronici

Assistenza sanitaria

Carta, stampa ed editoria

Chimica e farmaceutica

Commercio

Costruzioni

Gomma e plastica

Informatica

Legno, mobili e arredamento

Macchine

- Mezzi di trasporto
- Minerali non metalliferi
- Pelli, cuoio e calzature
- Prodotti in metallo
- Tessile e abbigliamento
- Trasporti
- Altro: _____

5. Quali sono i principali 3 paesi da cui l'azienda IMPORTA beni e/o servizi? Più opzioni possibili.

- Germania
- Austria
- Svizzera
- Gran Bretagna
- Francia
- Stati Uniti
- Olanda
- Belgio
- Polonia
- India
- Russia
- Cina
- Nessuno
- Altro: _____

6. Quali sono i principali 3 paesi verso cui l'azienda ESPORTA beni e/o servizi? Più opzioni possibili.

- Germania
- Austria
- Svizzera
- Gran Bretagna
- Francia
- Stati Uniti
- Olanda
- Belgio
- Polonia
- India
- Russia
- Cina
- Altro: _____

7. L'azienda ha sedi all'estero? (DOMANDA FILTRO: "No" → si passa alla domanda n.9)

- Sì
- No

8. In che lingua vengono condivise le informazioni tra la casa madre e le sedi estere? Più opzioni possibili.

- Italiano
- Inglese
- Se nota al personale della casa madre, nella lingua del paese straniero in cui si trova la sede
- Abbiamo del personale italiano all'estero che fa da mediatore
- Altro: _____

9. Oltre all'inglese, quali lingue straniere sono maggiormente impiegate nella sua azienda per la comunicazione con l'estero (corrispondenza scritta, telefonate, visite, riunioni)? Più opzioni possibili.

- Tedesco
- Francese
- Spagnolo
- Russo
- Cinese
- Arabo
- Nessuna lingua straniera diversa dall'inglese
- Altro: _____

10. Quanto ritiene sia utile la conoscenza di una o più lingue straniere per lo svolgimento delle attività aziendali?

-
- Per niente Molto

11. Vengono offerti corsi di lingua per la formazione del personale? (DOMANDA FILTRO: "No" → si passa alla domanda n.13)

- Sì
- No
- Non saprei

12. A quali posizioni sono rivolti i corsi? Più opzioni possibili.

- Dirigenti
- Impiegati del reparto marketing
- Impiegati del reparto commerciale
- Impiegati del reparto risorse umane
- Impiegati del reparto amministrativo
- I corsi sono rivolti a tutto il personale
- Altro: _____

13. Per quali testi avete bisogno di una traduzione? Più opzioni possibili.

- Documentazione commerciale (listini, brochure, cataloghi etc.)
- Materiale pubblicitario (sito web, newsletter etc.)
- Documentazione tecnica (schede tecniche, istruzioni per l'uso di macchine e apparecchiature)

- Contrattualistica
- Corrispondenza commerciale
- Bilancio annuale
- Modulistica relativa al personale
- Altro: _____

14. A chi sono affidate le traduzioni dei testi?

	Spesso	A volte	Mai	Assente in azienda
Commerciale estero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reparto comunicazione/marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale bilingue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personale interno con conoscenze linguistiche scolastiche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Traduttore professionista interno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agenzia di traduzione esterna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Traduttore professionista esterno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Traduttori automatici online (es. <i>Google Translate</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Quali testi vengono commissionati a professionisti esterni (agenzie di traduzione e/o traduttori)? (DOMANDA FILTRO: “Non ci avvaliamo di professionisti esterni” e “Testi in lingue non note al personale aziendale” → si passa alla domanda n.18)

- Tutti o quasi tutti
- Testi particolarmente tecnici
- Testi da consegnare urgentemente
- Testi in lingue non note al personale aziendale
- Non ci avvaliamo di professionisti esterni
- Altro: _____

16. Una volta tradotti, i testi vengono revisionati da parte dell’azienda? (DOMANDA FILTRO: “Mai” e “Non saprei” → si passa alla domanda n.18)

- Sì, sempre

- Sì, se le tempistiche lo consentono
- Raramente
- Mai
- Non saprei
- Altro: _____

17. L'azienda comunica eventuali correzioni ai professionisti esterni (traduttori e/o agenzie di traduzione)?

- Sì, sempre
- Sì, se le tempistiche lo consentono
- Raramente
- Mai
- Non saprei
- Altro: _____

18. L'azienda è dotata di una o più delle seguenti raccolte di termini relativi al proprio settore in più lingue? Più opzioni possibili.

- Glossari in più lingue (es. in Word o Excel)
- Database terminologici in più lingue
- Memorie di traduzione
- Non siamo dotati di raccolte terminologiche
- Altro: _____

19. Indicare quali dei seguenti problemi traduttivi e terminologici si sono verificati in passato. Più opzioni possibili.

- Errori nella traduzione dei testi affidati al personale interno.
- Errori nella traduzione dei testi affidati a professionisti esterni (es. agenzie di traduzione).
- Termini tradotti diversamente rispetto alle traduzioni passate o a causa di traduttori diversi (esempio: il nome di un prodotto non viene tradotto sempre nello stesso modo)
- Diversi reparti aziendali utilizzano termini diversi per riferirsi allo stesso prodotto
- Non abbiamo mai avuto problemi traduttivi e terminologici
- Altro: _____

20. Indicare quali dei seguenti problemi di comunicazione in lingua straniera si sono verificati in passato. Più opzioni possibili.

- Errori nella comunicazione via mail che hanno causato fraintendimenti (per esempio sulla quantità o caratteristiche dei prodotti da importare o esportare)
- Errori nella comunicazione telefonica che hanno causato fraintendimenti
- Difficoltà nell'interazione in lingua straniera durante incontri con i clienti esteri
- Nessuno dei problemi menzionati
- Altro: _____

21. È capitato di perdere un'occasione commerciale per via di incomprensioni linguistiche e/o culturali?

- Sì
- No
- Non saprei