

## Il doppiaggio italiano di *The Office* tra specificità culturali e “spinte” globali

Anna Belladelli\*

Questo studio si colloca all’interno di una ricerca iniziata nel 2008 sul doppiaggio di alcune serie TV anglofone trasmesse in Italia dalla fine degli anni Settanta fino ai giorni nostri. I primi due saggi,<sup>1</sup> che analizzavano stereotipi e vincoli culturali presenti negli adattamenti di prodotti televisivi destinati al pubblico di massa,<sup>2</sup> hanno messo in luce la tendenza piuttosto marcata – e trasversale a generi e temi – a ricontestualizzare e a manipolare comportamenti e caratteristiche di alcuni personaggi, con lo scopo di adattare il prodotto finale al presunto senso del pudore e della misura degli spettatori d’arrivo. Per osservare tali tendenze mi ero concentrata su serie TV molto note, trasmesse dalle reti pubbliche o da canali commerciali visibili gratuitamente sia nel paese di origine sia in Italia.

Il tema della censura e dell’autocensura nel doppiaggio italiano è stato sollevato da diversi studiosi nel campo della traduzione audiovisiva. Come sostiene Luca Barra,<sup>3</sup>

La traduzione porta inevitabilmente a delle differenze rispetto all’origine, l’adattamento – anche solo per ragioni strutturali, legate ai limiti “tecnici” del lavoro – le può approfondire. La ricerca di una comprensibilità maggiore, retaggio di una visione del grande pubblico come passivo e distratto, è alla base della maggior parte delle modifiche “giustificate” del testo. [...] spesso i dialoghi cambiano, rispetto alla puntata in inglese, per pure e semplici ragioni produttive, interne alla logica (all’ideologia) di chi lavora nel settore: [...] può accadere che, in una sorta di auto-censura “preventiva”, le battute “scomode” [...] spariscono dall’italiano non tanto per questioni testuali o morali, quanto piuttosto per evitare di essere costretti a doppiare una seconda volta le stesse battute, magari su richiesta del *broadcaster*.

Nello stesso articolo, Barra precisa anche che, con l’aumentare dell’attenzione critica e del pubblico sulle serie TV, sono parallelamente cresciuti l’impegno e le risorse a disposizione per l’adattamento italiano, con un rispetto quasi filologico per il testo di partenza e, più in generale, “una qualità che ormai spesso supera quella del doppiaggio cinematografico”.

Per stabilire quanto questa ‘svolta filologica’ sia reale, ho esteso la ricerca alle dinamiche traduttive impiegate in prodotti televisivi di altro tipo, ovvero creati in origine per il grande pubblico ma acquistati e trasmessi da emittenti italiane destinate a un target significativamente ristretto (perché a pagamento o perché a carattere

tematico). Si tratta quindi del doppiaggio di dialoghi destinati non a un pubblico “passivo e distratto”, bensì a una tipologia di spettatore ‘ideale’, attento ed esigente, per cui occorre un rispetto filologico del testo, pena la sfiducia nell’affidabilità della traduzione – considerando peraltro che ora è più semplice accedere ad altre modalità di fruizione dell’originale, linguisticamente mediato o meno.<sup>4</sup> Questa diversa rappresentazione di pubblico era già stata teorizzata negli anni Sessanta da Blumer, il quale parlava di atomizzazione dell’audience, superando la concezione gramsciana e francofortese di pubblico-massa monolitico, alienato e manipolato dai mezzi di comunicazione. Questa visione, più moderna e complessa, si basa sull’esistenza di micro-pubblici a volte creati dai media (e trattati come *target*), altre autogenerati (*communities*), altre ancora risultanti da un insieme dei due fenomeni.<sup>5</sup>

In relazione a questi aspetti, mi è sembrato opportuno scegliere come oggetto di studio la traduzione italiana di due serie TV di grande successo negli ultimi anni, ovvero la britannica *The Office* e la sua versione statunitense, scritta inizialmente sulla sceneggiatura di quella inglese ma divenuta nel corso degli anni un prodotto indipendente.

## Descrizione del corpus e metodo di analisi

La serie TV originale<sup>6</sup> fu prodotta dalla BBC e trasmessa dal 2001 al 2002 sul canale BBC2. Scritta e diretta da Stephen Merchant e Ricky Gervais, il quale interpretò anche il ruolo del protagonista David Brent, andò in onda per due stagioni (12 puntate), a cui seguirono due episodi speciali natalizi che chiusero alcune linee narrative lasciate aperte, pur senza raggiungere un *happy ending* convenzionale. *The Office* arrivò in Italia soltanto nel 2004, trasmesso prima da Jimmy e poi da MTV.

Il pretesto narrativo che dà vita alla serie è un ipotetico documentario condotto dalla BBC sulla vita lavorativa in un ufficio di provincia – nello specifico la filiale locale di una fantomatica Wernham Hogg, ditta che produce carta e cancelleria. Il direttore di zona, David Brent, si presenta come un incapace con velleità artistiche di comico e di cantante, che rende la vita difficile ai dipendenti – una quindicina di personaggi tra cui spiccano Tim, Dawn e Gareth. Il documentario inizia le riprese in un periodo in cui la filiale, che ha sede a Slough, rischia di essere accorpata a quella della vicina Swindon, con relativi licenziamenti e trasferta obbligatoria dei lavoratori restanti. Alla fine della prima serie le due sedi si fondono, il direttore di Swindon (molto più abile di David) è promosso a direttore generale e Brent si ritrova a gestire l’ufficio di Slough, su cui convergono i dipendenti dell’altra sede. Dopo numerosi episodi di inadeguatezza e di irresponsabilità – dal ritardo nel pagamento degli stipendi all’abbandono, per sbadataggine, di un’impiegata disabile sulle scale antincendio – David viene licenziato. Dopo avere implorato invano di essere riassunto, si reinventa prima come cantante, poi come ospite ‘famoso’ in pub e piccole discoteche (sull’onda della notorietà ottenuta con il documentario della BBC) e infine come rappresentante di detersivi.

Uno dei tratti più originali della serie è sicuramente il genere scelto per girarla, vale a dire il *mockumentary*. Questo genere filmico – i cui pionieri furono Albert Brooks (*Real*

*Life*, 1979) e Woody Allen (*Zelig*, 1983) – prende in giro le convenzioni del documentario tradizionale oppure, come nel caso di *The Office*, utilizza il documentario come pretesto per dare vita a una serie di situazioni comiche.<sup>7</sup> Dopo il felice tentativo di Merchant e Gervais, che sperimentarono questa scelta stilistica tipicamente cinematografica in una serie TV, altre produzioni comiche cominciarono a riscoprire il genere, prima tra tutte la fortunata serie statunitense *Modern Family* (2009-presente).

Dal punto di vista tecnico, la regia di *The Office* alterna riprese girate con la telecamera a mano o fissa (in stile *reality show*) e spezzoni di interviste fatte ai singoli lavoratori in un angolo appartato dell'ufficio. Talvolta si ha l'impressione che i cameramen li riprendano di nascosto; in una sequenza un personaggio sceglie autonomamente di spegnere il microfono perché quello che sta per dire non sia registrato. I vari personaggi rivolgono in molte occasioni uno sguardo imbarazzato alla telecamera, soprattutto quando il capo si rende ridicolo, instaurando in questo modo un rapporto intersoggettivo con il cameraman e indirettamente con il pubblico.<sup>8</sup>

La serie britannica ebbe un tale successo negli USA da spingere la NBC ad acquistare i diritti sulla sceneggiatura per crearne una versione statunitense, con altri attori e parziali modifiche alla trama e ai personaggi (vedi Tabella 1).<sup>9</sup> Gli autori inglesi Merchant e Gervais furono chiamati come produttori esecutivi di questa nuova versione, mentre l'adattamento dei dialoghi e della trama per il pubblico americano fu affidato a Greg Daniels, uno dei principali autori dei testi dei *Simpsons* e di *Saturday Night Live*. Il canale BBC3 acquistò a sua volta i diritti per trasmettere la versione statunitense al pubblico britannico.<sup>10</sup> La serie americana, creata nel 2005 e attualmente alla sua nona stagione, è stata trasmessa in Italia sulla TV satellitare, prima da Fox, poi da Sky Uno e infine da Joi.

Il doppiaggio italiano fu affidato a due agenzie che hanno sede a Roma, ovvero la Prodest per la serie britannica e la E.T.S. per quella statunitense. Benché si tratti di ditte diverse, va tenuto conto che le tre adattatrici della serie statunitense facevano parte dello staff che si era occupato pochi anni prima di quella britannica.

	<i>The Office</i> UK	<i>The Office</i> USA
direttore della filiale	David	Michael
venditore	Tim	Jim
centralinista	Dawn	Pam
assistente al direttore	Gareth	Dwight
nome della ditta	Wernham Hogg	Dunder Mifflin
città	Slough, Berkshire	Scranton, Pennsylvania

Tabella 1: Personaggi principali e localizzazione geografica.

Il corpus su cui si è svolta l'analisi comprende la prima stagione di entrambe le serie, ciascuna suddivisa in sei puntate della durata di 25 minuti, e le rispettive versioni doppiate in italiano, per un totale di circa dieci ore di parlato.

In primo luogo, sono state individuate e analizzate le strategie traduttive impiegate per rendere in italiano i seguenti elementi:

- riferimenti intertestuali ad altri prodotti televisivi e cinematografici;
- riferimenti culturali riguardanti storia, costume, leggi, pratiche e convenzioni tipiche della cultura di partenza, o comunque non italiane;
- allusioni sessuali e religiose, tabù in genere.

Per quanto riguarda il primo punto, si è prestata attenzione anche a come gli adattatori di *The Office* abbiano reso in italiano eventuali citazioni dirette tratte da film o da telefilm già doppiati nella nostra lingua. In quella che Neil Postman chiamava l'era della televisione, e che oggi chiameremmo l'era dello schermo, il traduttore deve fare fronte a una nuova esigenza che richiede un impegno di tempo e di risorse non indifferente: è ormai diventato necessario trattare i testi audiovisivi, originali e tradotti, allo stesso modo riservato finora alla letteratura e alla poesia, andando alla ricerca delle traduzioni "ufficiali" già esistenti e note ai fruitori finali.

Successivamente, per ciascuna soluzione traduttiva è stato tenuto conto delle restrizioni quantitative e qualitative imposte dal doppiaggio, vale a dire la necessità di ottenere battute italiane di lunghezza pari a quelle originali e, soprattutto nel caso di primi o primissimi piani, di formulare sequenze di parole la cui struttura fonetica di arrivo sia molto simile a quella originale, in modo da mantenere il sincrono labiale. Si è tenuto conto delle caratteristiche extra-linguistiche di ogni scena, specialmente se queste vincolavano in gran misura la traduzione – per esempio, quando il personaggio che sta parlando è inquadrato molto da vicino, oppure quando si esprime contemporaneamente con più modalità semiotiche (linguaggio orale, scrittura o disegno di dimensioni visibili allo spettatore, gesti, mimica facciale).

Il primo elemento di diversità rispetto alle serie TV prese in considerazione nei miei precedenti lavori (*Will & Grace*, NBC 1998-2006; *Charlie's Angels*, ABC 1976-1981; *A-Team*, NBC 1983-1986; *Love Boat*, ABC 1977-1987) è la quasi totale assenza di vincoli o di autocensure nel tradurre insulti, espressioni volgari, riferimenti erotici o commenti discriminatori: una battuta come *Downsizing is a real bitch* diventa 'I tagli al personale sono una grande puttana' (USA);<sup>11</sup> l'atteggiamento omofobo con cui i maschi dell'ufficio si prendono in giro a vicenda chiamandosi *Hey, big queen!* rimane invariato in italiano ('Ehi, grandissima checca!', USA); oppure, una scena molto esplicita in cui David indossa un enorme pene gonfiabile sul viso a mo' di maschera urlando *I'm Sperminator!* (sperm + Terminator, UK) viene adattato mediante verbalizzazione mantenendo il *blend* in 'Vi spermino tutti!'.

Gli unici casi in cui si riscontra un intervento normalizzante o standardizzante sembrano essere più attribuibili a una mancata comprensione del significato originale, che non alla volontà di difendere la sensibilità del pubblico di arrivo o di rispettare vincoli morali imposti o autoimposti. Per esempio, può sfuggire che il termine *bitch* sia una variante slang usata come eufemismo di *bitch* (tr. it. 'stronza'), oppure che *to lose it* significhi 'uscire di testa' e non soltanto 'perdere/gettare via qualcosa' (*He's gonna lose it when he reads it!*, tradotto come 'Mi sa che la

getterà quando se ne accorge!', USA). Allo stesso modo, senza una conoscenza di prima mano della comicità statunitense, non è così immediato cogliere l'allusività erotica della domanda *Does the carpet match the drapes?* (USA, lett. 'La moquette è in tinta con le tende?'), battuta già usata da comici americani come Sarah Silverman e in molte sitcom, tra cui *Will and Grace*, per insinuare con finto garbo che una persona con i capelli tinti ha il pube di un altro colore. Il mancato riconoscimento di espressioni idiomatiche, forse motivato da una conoscenza non profondissima della cultura di partenza, è stato riscontrato soprattutto nell'adattamento della serie statunitense e presenta casi abbastanza evidenti. Basti pensare alla traduzione errata di un 'tipo' sociale caratteristico come le *soccer moms*, rese in italiano come 'le mamme dei calciatori' (USA), quando si tratta al contrario di madri borghesi che passano la giornata a portare i propri figli in giro a praticare attività sportive ricercate, come il calcio, che negli Stati Uniti è ritenuto uno sport di nicchia.

Questi casi aprono la discussione all'aspetto più rilevante emerso dall'analisi contrastiva delle due traduzioni, ovvero l'apparente difficoltà, da parte degli adattatori italiani, di porsi come mediatori culturali di testi filmici molto radicati nella cultura nazionale di origine. Questi telefilm, infatti, fondano quasi tutto il legame con il pubblico su un terreno comune di riferimenti al costume, al cinema e alla televisione, a cui è probabile che lo spettatore d'arrivo sia stato esposto dall'infanzia in poi.<sup>12</sup> L'ipotesi da cui sono partita è che nell'era della globalizzazione culturale (e dell'anglofonizzazione globale) sia sempre più complesso intervenire sul testo, ovvero stabilire che cosa faccia parte o meno del bagaglio socioculturale – o, in termini di *discourse analysis*, della conoscenza enciclopedica del mondo – da cui gli spettatori italiani possano attingere per trovare coerenza nei dialoghi o per orientarsi quando incontrano riferimenti intertestuali e culturali tipici del mondo anglofono.<sup>13</sup>

Ciò premesso, a prescindere dalle esigenze del pubblico contemporaneo in generale, che ha a disposizione più ausili linguistici e tecnologici rispetto al passato, occorre riconoscere che è ancora più determinante trovare un equilibrio in materia di *culture-specific references* in una serie TV come *The Office*. Se consideriamo con attenzione alcune sue caratteristiche come prodotto filmico, per esempio il formato narrativo del *mockumentary* e l'assenza di risate registrate, chiamate *laugh track*, emerge come questi elementi contribuiscano a creare una discrepanza tra il coinvolgimento dello spettatore (solitamente alto quando sono in gioco humor e comicità) e la tonalità del racconto, che è perennemente tesa tra *comedy*, *drama* e una forma di grottesco cinico che frena sul nascere ogni identificazione o attacco emotivo spontaneo ai personaggi, capaci di battute argute ma anche di atti meschini, imbarazzanti e 'politicamente scorretti'. Da un lato non si ride sempre con loro, dall'altro ci si sente a disagio a ridere di loro perché dimostrano di avere una vita abbastanza squallida, che suscita pena. Nessuno di essi dimostra stabilità valoriale: di scena in scena, o spesso all'interno della stessa scena, ognuno sembra virare dalla solidarietà all'egoismo, dalla lealtà alla prevaricazione, dalla discriminazione al senso civico, e così via.<sup>14</sup> E se escludiamo l'amicizia dalle sfumature vagamente romantiche tra Jim/Tim e Pam/Dawn, le relazioni umane tra i vari personaggi rappresentati nel telefilm si reggono quasi interamente sulla condi-

visione forzata di un ambiente lavorativo. Come prodotto artistico filmico, *The Office* si inserisce brillantemente nella tradizione del cinema surreale e grottesco, apportando anche gli elementi di novità esposti sopra. Come prodotto commerciale seriale, che in quanto tale deve o dovrebbe 'fidelizzare' lo spettatore, questo rapporto scomodo, *no strings attached*, tra personaggi e pubblico è costantemente appeso a un filo.

Per permettere alla dimensione grottesca e cinica di *The Office* di svilupparsi senza cadere nel disgusto, nel distacco e nella perdita di interesse, lo spiazzamento dello spettatore viene sostenuto ad arte dalla regia e dalla sceneggiatura, senza che si trasformi in alienazione. Questo è possibile nelle serie originali perché il pubblico, pur sentendosi 'protetto' nel non aderire alla morale o alla condotta dei personaggi, mantiene con loro un forte legame riconoscendo costanti richiami, citazioni verbatim e allusioni alle cosiddette *culture-specific references*: esperienze comuni, elementi socioculturali, riferimenti intertestuali a romanzi, film e televisione, eventi, luoghi e così via. È quindi plausibile ipotizzare che, più del ruolo di lavoratore,<sup>15</sup> sia la condizione di 'consumatore di mass media' uno dei principali elementi di identificazione tra lo spettatore e i personaggi di queste due serie TV.

Si può quindi comprendere come sia complesso e fondamentale al tempo stesso concepire una linea strategica efficace per la traduzione audiovisiva di *The Office*. Le tecniche compensative o sostitutive di cui si abusava un tempo, e che Nida chiamava 'equivalenze dinamiche',<sup>16</sup> rischierebbero di offendere l'intelligenza di un pubblico italiano giovane e di nicchia. La tendenza di questo pubblico sembra quella di non gradire o di non accettare più (come dimostrato dal fenomeno dei *fansubs* e dei tanti forum dedicati alla ri-traduzione dei dialoghi tradotti male) forzature traduttive, quali ad esempio la trasformazione di *The Nanny* (*La tata*, 1993-1999) da ebrea del Queens a cattolica ciociara, o la possibilità che le *Gilmour Girls* (*Una mamma per amica*, 2000-2007), madre e figlia di un New England che più *wasp* e autoreferenziale non si può, visitino per la prima volta Roma sperando di incontrare Raul Bova (invece di Gore Vidal, stando al dialogo in lingua originale).

Non sorprende quindi che in entrambi i casi (USA e UK) il doppiaggio italiano di *The Office* propenda per la *foreignization* e la traduzione *source-oriented*, vale a dire la conservazione della maggior parte degli elementi specifici della cultura da cui proviene il prodotto televisivo originale – in linea con l'apparente 'svolta filologica' di cui si parlava sopra, e in contrasto con gli adattamenti delle battute umoristiche analizzate nei miei studi precedenti sulle serie TV.

Tuttavia, dallo studio comparato sembra emergere che traduttori e adattatori si muovono con una certa approssimazione rispetto a che cosa sia noto o meno al pubblico sotto i quarant'anni. Partendo dal presupposto che la globalizzazione dei prodotti mediatici angloamericani, l'onnipresenza della televisione commerciale e le nuove tecnologie hanno indotto le generazioni nate dalla fine degli anni Settanta in poi verso un'omologazione dei comportamenti e delle conoscenze, l'adattamento di *The Office* sembra avere rinunciato a concordare un criterio di riferimento nella mediazione culturale. Pur compiendo un lavoro pregevole e sistematico nel mantenere i registri, i giochi di parole, le sfide al tabù e al 'politicamente corretto', l'adattamento di questo telefilm pare perdere la bussola

nella trasposizione dei riferimenti culturali. Le scelte traduttive si muovono in modo non sistematico lungo il continuum che spazia dalla soppressione totale di certi termini o di nomi propri alla loro trasposizione letterale e non mediata. Gli esempi e i casi presentati qui di seguito ci serviranno per riflettere sulle ragioni di questa incertezza e di questa rinuncia a compiere delle scelte per un pubblico che si conosce meno che in passato.

Il primo elemento da considerare prima di addentrarci nell'analisi è che sia la serie britannica sia quella americana fanno riferimento quasi esclusivamente a eventi, personaggi, luoghi e *brand* commerciali nazionali, eccezion fatta per qualche accenno a celebrità statunitensi nei dialoghi britannici. In entrambi i casi, come già accennato, si riscontra una tendenza più marcata – rispetto ad altri doppiaggi – a mantenere l'elemento originale.

### **Personaggi ed eventi della storia e della politica**

In entrambe le serie restano invariati i nomi dei personaggi più noti<sup>17</sup> ma anche quelli di individui relativamente sconosciuti, come Ian Botham: il doppiaggio non aiuta a capire chi sia quest'ultimo (un campione di cricket) e perché venga citato a esempio per il suo disprezzo verso l'establishment. Tuttavia, gli adattatori non compiono una scelta sistematica nel presupporre che il pubblico italiano sia un conoscitore di sport minori: quando Tim chiede a Gareth chi vorrebbe con sé per cavarsela su un'isola deserta, il collega sceglie Daley Thompson nella versione originale (campione inglese olimpico di decathlon degli anni Ottanta), che diventa 'il Generale Patton' in quella italiana.

Un adattamento simile è stato fatto nella scena in cui David, partecipando a un quiz aziendale, non sa chi sia 'il dittatore cubano al potere dal 1959': nel dialogo originale risponde 'Fray Bentos', città dell'Uruguay, al posto di 'Fidel Castro', mentre in italiano dice 'Pancho Villa'. Risulta chiaro però che nella versione italiana la potenza della battuta esce penalizzata, dal momento che confondere un personaggio politico con un luogo geografico è molto più imbarazzante rispetto a confondere i nomi di due rivoluzionari.

Altro riferimento storico riguarda Henry the Eight e Ann Boleyn, italianizzati come consueto in Enrico Ottavo e Anna Bolena. La scena in cui si citano i due presenta una serie di difficoltà, a cui il doppiaggio italiano fa fronte solo parzialmente:

TIM: There was – oh, my God – a themed nightclub called Henry VIII's, right? It had the "Ann Bow-ling Alley". Um, as you went into the loo, there was a sign that said "Mind Your Head." And underneath someone had written "Don't get your Hampton Court."

*Mind your head* viene tradotto con 'Occhio alla testa', mentre *Don't get your Hampton Court* diventa 'A tua moglie fa' la festa', ricordando la tragica fine della Bolena. In realtà, il gioco di parole basato sul nome del palazzo reale (Hampton Court) si regge

su due aspetti linguistici: in inglese britannico la parola *court* è omofona di *caught* (preso, intrappolato), mentre *hampton* significa 'pene' nel *Cockney rhyming slang*.<sup>18</sup> Inoltre, l'italianizzazione di *Boleyn* fa decadere l'omofonia con lo sport del *bowling*.

## Brand commerciali

In questo caso si notano gli effetti del mercato americano nei processi di globalizzazione. Nella serie statunitense si traduce il marchio *Jell-O* con 'gelatina' ma si lasciano inalterati quasi tutti gli altri riferimenti, senza chiedersi se siano noti o meno.<sup>19</sup>

In alcuni casi è parzialmente esplicitato il riferimento: per *Starbucks* si aggiunge un iperonimo ('i caffè Starbucks'); la catena di negozi *Spencer Gifts* diventa 'la Spencer Regali', subendo una traduzione parziale che però non trova corrispettivo nella realtà poiché non esiste un franchising italiano. Un caso estremo di 'global'-specific reference riguarda la ditta di abbigliamento sportivo Nike. Michael ne cita il famosissimo slogan (*Just do it*), per poi precisare la fonte poiché pensa di avere estratto dal cilindro un riferimento ricercato. Gli adattatori colgono questa sfumatura e trovano un'ottima soluzione: *My motto is Just do it*. Nike diventa 'Il mio motto è fallo e basta. Just do it.' Così facendo, emerge la boria di Michael, che crede di stupire i documentaristi perché sa tradurre una frase così nota e inflazionata.

## Opere letterarie

Nella serie statunitense si cita il titolo del romanzo *The Divine Secrets of the Yaya Sisterhood* – poi diventato film con Sandra Bullock nel ruolo principale – usato da Michael per prendere in giro i bisbigli e le risatine tra la centralinista e una venditrice. 'I segreti delle Yaya Sisters', come è stato tradotto in italiano, prende in considerazione solo in parte il titolo ufficiale usato in Italia per il libro e la sua versione filmica (*I sublimi segreti delle Yaya Sisters*).

Nella serie britannica si mantengono inalterati (o italianizzati come di consueto) il nome di Shakespeare, di alcune sue opere e di personaggi più o meno conosciuti. Da notare invece un'imprecisione che riguarda la letteratura russa: dovendo doppiare il titolo inglese di un'opera di Dostoevskij, *The House of the Dead* (in russo *Zapiski iz mertovo doma*), non si sceglie il titolo ufficiale in italiano (*Memorie dalla casa dei morti*), optando piuttosto per *Ricordi di una casa dei morti*.

## Musica e musicisti

Non sono molti i riferimenti musicali nella serie statunitense. Michael cita in modo diretto soltanto il cantante Bono, mantenuto in italiano. Si perde invece il riferimento a una canzone natalizia americana dalla melodia molto famosa e dal testo

angelico e delicato, intitolata *The Little Drummer Boy* e canticchiata da Dwight a ritmo di marcia militare.<sup>20</sup> Poiché il brano non viene riconosciuto dagli adattatori e dal direttore del doppiaggio, l'attore che doppia Dwight si inventa una melodia casuale e non permette al pubblico italiano di riconoscere la fonte. Stessa sorte capita al celebre ritornello *Celebrate Good Times, Come on!*, tratto dal brano discodance *Celebration* (1980) di Kool and the Gang, citato da Michael nella serie USA e doppiato senza melodia, come fosse un enunciato qualsiasi ("Celebriamo la diversità insieme, avanti!").

Nella serie britannica mantengono il proprio nome tutti i cantanti e i gruppi, indipendentemente dalla loro notorietà in patria e in Italia.<sup>21</sup> I nomi propri dei cantanti si lasciano in originale anche a scapito della riuscita della battuta, come nell'esempio seguente, basata sul fatto che sia Yazoo sia Yazz sono stati due musicisti minori degli anni Ottanta. Il riferimento a loro, così come a tanti altri, non è importante in sé ma svolge la funzione di caratterizzare David, un quarantenne che sostiene di essere trentenne ma rivela in ogni occasione di avere una cultura musicale e televisiva orientata agli anni Settanta e Ottanta.

RICKY: Which Y had a hit single with *The Only Way is Up* and sang with Plastic Population? DAVID: Yazoo. RICKY: Yazz.

In un'altra scena la traduzione mantiene un riferimento a John Lennon ma sopprime quello a Ringo Starr:

TIM: I think it was John Lennon who said, 'Life is what happens when you're making other plans'. That's how I feel, you know? Although he also said, 'I am the walrus, I am the eggman', so... / TIM: Credo che fosse John Lennon che ha detto 'La vita accade mentre sei occupato a fare altri piani'. Però ha anche detto 'Sono il tricheco, sono l'uomo delle uova', quindi non so che pensare...

DAVID: 'Thomas the Tank Engine rolled into town!' GARETH: Dickhead. DAVID: Ringo Starr, *Whose Line is it Anyway?* / DAVID: Attenta fatina che arriva Pinocchio! GARETH: Forte, questa! DAVID: Ne ho anche altre!

Nella versione originale, David pronuncia questa battuta con voce espressiva da narratore, tenendosi premuto sul naso un grande pene gonfiabile che Dawn e il suo fidanzato hanno regalato per scherzo a Tim. Facendo ciò, sostiene di imitare il celebre naso aquilino di Ringo Starr, che negli anni Ottanta fu la voce narrante di una serie animata per bambini prodotta dalla BBC, che aveva per soggetto le avventure della locomotiva Thomas e dei suoi amici. David aggiunge la frase *Whose Line Is It Anyway?* (cfr. n22) poiché uno dei giochi presenti nello show consisteva nell'imitare un personaggio famoso, aspettando poi che i concorrenti indovinasero chi fosse.

Le continue citazioni e i riferimenti a trasmissioni e a personaggi dello spettacolo dipendono dal fatto che i due direttori, Michael e David, cercano senza successo di definire la propria identità rappresentandosi come *entertainer* appartenenti a una tradizione di intrattenimento televisivo, come vedremo nella prossima sezione.

## Personaggi e opere del teatro, del cinema e della televisione

Nella serie statunitense restano invariati i nomi dei conduttori Bob Hope e Regis (Philbin), mentre il riferimento a Oprah Winfrey viene soppresso, benché se ne conservi efficacemente il valore semantico nella versione italiana (*Where was my Oprah moment?* diventa 'Dov'era la commozione?').

Gli attori di cinema e televisione mantengono il nome e cognome, senza tenere conto, ancora una volta, della loro fama in Italia.<sup>22</sup> Vengono riportati senza alterazioni i personaggi di fantasia, come Duffy Duck, Gollum e Gimli del *Signore degli Anelli* e Mr Spock di *Star Trek*. Di quest'ultimo viene lasciato in inglese il titolo onorifico, benché in Italia sia diventato celebre come 'Signor Spock', dettaglio riconosciuto invece dagli adattatori italiani della serie britannica, che lo traducono come 'Signor'. Caso simile per Steve Austin, protagonista del telefilm degli anni Settanta *Six Million Dollar Man*, conosciuto in Italia come *L'uomo da sei milioni di dollari* ma che diventa 'Steve Austin, sai? *Un uomo da sei milioni di dollari*'.

Stessa sorte è toccata a un riferimento che, se fosse stato tradotto rispettando la storia cinematografica italiana, sarebbe stato compreso da più persone. La battuta *Howard? Like Moe Howard from the Three Stooges?* diventa 'Howard? Come Moe Howard dei Tre Stooge?'. Qui l'operazione è duplice: da un lato gli adattatori hanno operato una modifica morfologica alla parola *stooges*, togliendo l'affisso -s come previsto dall'italiano standard per i prestiti linguistici; dall'altro hanno compiuto una scelta *source-oriented*, dimenticando che questo trio comico (*The Three Stooges*) è conosciuto in Italia come 'I tre marmittoni'. Per quanto retaggio dell'autarchia linguistica fascista, questi nomi sono entrati da decenni nell'immaginario nazionalpopolare del nostro paese. Ragionando per analogia, è come se il doppiaggio italiano mantenesse i nomi 'Abbott & Costello' e non li chiamasse 'Gianni e Pinotto'.

Passando al mondo della televisione, si trovano esempi più complessi. Nel primo caso, con l'intento di favorire la comprensione, l'adattamento mantiene il nome del conduttore americano (Jamie Kennedy) ma inserisce il titolo di un programma di Mediaset (*Scherzi a parte*) e la formula fissa con cui si svelava lo scherzo ai malcapitati:

MICHAEL: Do you like the Jamie Kennedy experiment? *Punked*, all that kind of stuff? [...] You was X-punked! / MICHAEL: A te piace l'esperimento Jamie Kennedy? *Scherzi a parte*, quella roba là? [...] Sei su *Scherzi a parte*!

Si sceglie invece di non fornire alcuna indicazione che contestualizzi il riferimento a Donald Trump nel monologo seguente:

MICHAEL: It looks like there's gonna be downsizing. It's part of my job but bleah, I hate it. I think the main difference between me and Donald Trump is that I get no pleasure out of saying the words 'You're fired'. / MICHAEL: A quanto pare ci saranno tagli al personale ma bleah, non mi piace. Credo che la differenza tra me e Donald Trump è che io non provo alcun piacere nel dire 'Sei licenziato'.

Il noto magnate conduce dal 2004 *The Apprentice*, un reality show della NBC in cui aspiranti dipendenti devono dimostrare di meritarsi il posto di lavoro, pena il licenziamento in diretta per bocca dello stesso Trump ('You are fired!').

Nella prima stagione statunitense di *The Office*, tuttavia, il caso di intertestualità più complesso da rendere in italiano è nel secondo episodio, in cui un esperto di antidiscriminazione è chiamato a tenere un corso di sensibilizzazione sul razzismo dopo che, come si evince dai dialoghi, qualche tempo prima Michael aveva offeso alcuni dipendenti citando battute sui neri da un monologo del comico afroamericano Chris Rock (forse poco noto in Italia ma famosissimo negli USA), salito alla ribalta con il *Saturday Night Live* nei primi anni Novanta. Michael è incredulo:

MICHAEL: How come that Chris Rock can do a routine and people find it hilarious and groundbreaking, and I go into the exact same routine, same comedic timing, and people file a complaint to corporate? / MICHAEL: Perché Chris Rock può fare tranquillamente qualcosa che le persone ritengono divertente e per cui muoiono dal ridere e quando io faccio quello che fa lui con gli stessi tempi comici vengono spediti richiami al sindacato?<sup>23</sup>

MICHAEL: It's something that I've been pushing, that I've been wanting to push for a long time. And corporate men [lett. quelli della compagnia, la Dunder Muffin] dated it. I've never actually talked to corporate about it. They kinda beat me to the punch, them bastards! [lett. mi hanno battuto sul tempo, quei bastardi!] / MICHAEL: È una cosa importante per cui mi batto in prima persona e di cui si è occupato il sindacato. Io non ho ancora parlato con il sindacato. Mi hanno un po' tagliato fuori, quei bastardi!<sup>24</sup>

Il formatore spiega il motivo della sua presenza e propone di ripercorrere le battute ritenute offensive per contestualizzarle:

MR BROWN: Looking through the cards I've noticed that many of you have written down the same incident, which is ironic because it's the exact same incident I was brought in here to respond to. How many of you are familiar with the Chris Rock routine? We are going to reenact that with a more positive attitude. Anyone else remembers? / SIG. BROWN: Dando una rapida occhiata ai cartellini ho visto che molti di voi ritengono importante l'ironia ed è esattamente da questo che vorrei cominciare. Qualcuno ha presente la routine di Chris Rock? Quindi andremo a reinterpretarlo con un risultato migliore. C'è qualcuno che ricorda come si fa?

A questo punto comincia la citazione intertestuale vera e propria:

KEVIN: Basically there are two types of black people and black people are actually more racist because they hate the other type of black people. See, every time the one type wants to have a good time, then the other type comes in and makes a real mess. / KEVIN: Praticamente esistono due tipi di persone di colore. Purtroppo i neri riescono a essere i più razzisti di tutti perché odiano entrambi i tipi di neri. Insomma, ogni volta che un nero vuole passare una giornata tranquilla arriva subito un nero di un altro tipo e comincia a fare un gran casino.

Nella scena, Michael dichiara di non sopportare la parafrasi piatta di Kevin e si lancia in un'imitazione del presunto spirito originale di Chris Rock, costringendo i montatori del documentario a inserire dei segnali sonori per coprire il termine *nigga*:

MICHAEL: Ev'ry... Ev'ry time black people wanna have a good time some ignorant-ass \*beep\* I take care of my kids \*beep\* always want credit for somethin' they supposed to do. MR BROWN: Stop it! MICHAEL: What d'ya want, a cookie? / MICHAEL: Ooogni volta che un povero nero vuole avere una buona giornata sbuca fuori qualche culo di \*beep\* con la sua prepotenza del \*beep\* non so che volete fare ma io... MR BROWN: Basta! MICHAEL: Lo volete un biscotto?

Il famoso monologo di Rock, da cui Michael cita stralci di battute, proviene dallo spettacolo televisivo *Bring the Pain*, trasmesso dalla HBO nel 1996:

Who's more racist, black people or white people? Black people. You know why? Because we hate black people too. There's, like, a civil war going on with black people. And there's two sides: there's black people, and there's niggas. And the niggas have got to go. Every time black people want to have a good time, ign'ant ass niggas fuck it up! Can't go to a movie the first week it come out [because] niggas are shooting at the screen! [...] Niggas always want some credit for some shit they supposed to do. "I take care of my kids". You're supposed to, you dumb motherfucker! "I ain't never been to jail" What do you want – a cookie? You're not supposed to go to jail, you low-expectation motherfucker!<sup>25</sup>

L'umorismo di Rock funziona soltanto se inserito in un sistema di interpretazione critica ben preciso: la sua rappresentazione di una *blackness* variegata ('neri' contro 'negri') è volutamente in contrasto con i principi di unità e coesione dichiarati da personaggi di riferimento per la cultura afroamericana, come Malcolm X che nel 1963 affermava: "We need to stop airing our differences in front of the white man".<sup>26</sup> Il rischio che Rock corse quando scrisse il monologo è dimostrato pienamente dalla parafrasi acritica offerta da Kevin, il quale dimostra quanto sia facile cadere nella trappola ideologica che equipara il razzismo perpetrato dai bianchi con quello cosiddetto interminoritario.<sup>27</sup> Lo stesso Rock smise di recitare quello sketch dopo qualche anno perché le sue battute erano diventate di dominio pubblico e sfruttate dai bianchi come autorizzazione a usare il termine *nigga*.

Il monologo era talmente entrato nel bagaglio culturale collettivo che nel 2008 Barack Obama ne citò a braccio alcune frasi per invitare all'impegno i maschi afroamericani, soprattutto i padri di famiglia:

Chris Rock had a routine. He said some—too many of our men, they're proud, they brag about doing things they're supposed to do. They say, 'Well, I'm not in jail.' Well you're not supposed to be in jail!<sup>28</sup>

Il doppiaggio italiano delle battute di Michael e Kevin si è limitato a tradurre in modo approssimativo le citazioni di Chris Rock, benché il testo completo e il vi-

deo dello spettacolo siano facilmente reperibili sul web. Senza il minimo contesto e senza conoscere l'impatto politico e socioculturale del monologo originale, lo spettatore italiano ha meno strumenti per interpretare la guerra tra 'neri' e 'negri' descritta ironicamente da Rock.

Nella serie britannica mantengono il proprio nome gli attori drammatici Alain Delon e Clint Eastwood, mentre si omette il riferimento alla giornalista inglese Esther Rantzen, citata da David (*I'm not doing this for an Esther Rantzen Heart of Gold* diventa 'Non l'ho fatto per il concorso Cuore dell'anno'). La Royal Shakespeare Company (chiamata da Tim RSC) diventa 'una compagnia di teatro No' (genere di teatro giapponese), forse per enfatizzare che si tratta di arte sofisticata e ricercata. In questo modo, però, oltre a togliere il riferimento culturale a un caposaldo del palcoscenico britannico, si inserisce un riferimento molto di nicchia anche per il pubblico italiano.

Per quanto riguarda i comici, gli adattatori non sembrano seguire una strategia chiara: in alcuni casi non alterano il testo originale,<sup>29</sup> mentre in altri preferiscono trovare un personaggio equivalente, forse più noto: *A Basil Fawlty type of character* diventa 'Un personaggio alla Mr Bean',<sup>30</sup> altra figura comica inglese conosciuta in Italia. Gli attori britannici (Spike) Milligan, (John) Cleese, (Kenny) Everett e (John) Sessions<sup>31</sup> – elencati per cognome da David come principali ispiratori della sua verve di intrattenitore – vengono sostituiti da (Woody) Allen, (Charlie) Chaplin, (Eddie) Murphy e (Peter) Sellers. Questa operazione, però, sposta il paradigma culturale di riferimento dal cinema britannico a quello statunitense, dal momento che si tratta di quattro artisti americani, se consideriamo che Chaplin, per quanto inglese di nascita, costruì la sua carriera di attore e regista negli USA.

Il mancato riferimento a John Cleese introduce un tema che merita un approfondimento. Infatti, pur avendo varie occasioni per farlo, l'adattamento italiano non esplicita i riferimenti ai comici britannici più celebri al mondo, i Monty Python. Le battute della serie britannica includono più di un riferimento intertestuale ai loro sketch più famosi, tanto che i personaggi non devono citare la fonte per assicurarsi che i loro interlocutori (e indirettamente il pubblico inglese) li riconoscano. Per esempio, David e l'amico Chris partecipano a un quiz aziendale, presentandosi col nome di *The Dead Parrots* (doppiato come 'I pappagalli morti'). L'episodio faceva parte del film del 1971 *And now for something completely different*, arrivato anche in Italia l'anno successivo col titolo *E ora qualcosa di completamente diverso*. In questa scenetta John Cleese entra in un negozio di animali perché il pappagallo che ha appena acquistato è già morto. Pur mostrando il pennuto stecchito nella gabbia, non riesce a convincere il commesso e, dopo un dialogo esilarante con un crescendo di modi di dire ed eufemismi che si usano per parlare di un morto (il pappagallo è 'deceased', 'gone to meet its Maker', 'expired' e così via), l'acquirente culmina con una battuta considerata un classico dagli inglesi:

CHRIS e DAVID all'unisono: If you hadn't nailed it to the perch, he'd be pushing up the daisies! GARETH: The Monty Python! / lett. Se tu non l'avessi inchiodato al trespolo, starebbe spingendo le margherite da sottoterra (eufemismo inglese che sta per 'essere morto') / Tr. doppiata in *The Office*: CHRIS e DAVID: Se non ti avessi inchiodato al trespolo saresti morto e sepolto! GARETH: Bella battuta, ragazzi! / Tr.

doppiata nel film *E ora qualcosa di completamente diverso*: Se lei non l'avesse legato, questo pappagallo, concimerebbe margherite a quest'ora!

I continui riferimenti ai Python hanno un valore importante per la rappresentazione caratteriale di David e Chris, in quanto i due perseverano nel considerare graffianti e innovative gag e battute ormai entrate nella storia della comicità inglese.<sup>32</sup> Lo humor britannico, che ha compiuto passi enormi dagli anni Settanta in poi, all'epoca della prima stagione di *The Office* (2001) vedeva il massimo successo di attori come Sasha Baron Cohen (inventore del personaggio Ali G, citato peraltro dagli altri personaggi del telefilm), che portavano sul palcoscenico e in televisione un umorismo più moderno, attingendo dalle contraddizioni e dalle peculiarità culturali e sociali della Gran Bretagna attuale. Il riferimento ad Ali G, un inglese bianco che si veste e si atteggiava da pericoloso rapper jamaicano, è stato soppresso, come si nota nell'esempio seguente.

DAVID: This is Sanj, this guy does the best Ali G impersonation, Aiiiee. I can't do it, go on, do it. / DAVID: Lui è Sanj. Sa ballare come il Michael Jackson dei tempi migliori.

David fa riferimento anche ad altri due attori molto noti in Italia, Telly Savalas e Benny Hill, in una scena in cui vuole fare colpo sulla nuova segretaria prendendo in giro un impiegato calvo, che assomiglierebbe a Kojak:

DAVID: Like this person. Kojak. Who loves ya, baby? [...] I'm thinking of other weird-looking bald people. KAREN: That one on Benny Hill? / DAVID: Come questo qui, Kojak. Chi ti ama, piccola? [...] Sto pensando ad altri pelati. KAREN: Che ne dici di Benny Hill?

Nella versione originale, dopo la risposta di Karen David fa il gesto di picchiare ripetutamente il palmo della mano sulla testa del dipendente, imitando un tormentone inventato dal comico inglese Hill che se la prendeva sempre con la sua 'spalla', un attore anziano, basso e calvo (Jackie Wright). La battuta italiana compie un errore, dato che la segretaria si riferisce a Wright (lett. 'Il tizio dello show di Benny Hill') e non al protagonista Hill. Anche la battuta su Kojak è lievemente imprecisa, dal momento che la frase celebre, arrivata in Italia mediante il doppiaggio dell'omonimo telefilm, era "Chi ti ama, baby" e non "Chi ti ama, piccola". Questi dettagli, apparentemente irrilevanti, sono però il segnale che buona parte del bagaglio culturale televisivo degli italiani è fortemente influenzato dal doppiaggio, specialmente nel caso di prodotti filmici *cult*.

Uno dei personaggi di *The Office UK* sostiene di avere partecipato negli anni Ottanta a un quiz televisivo per ragazzi, affermando *I was on Blockbusters*, tradotto in italiano come 'Ho partecipato ai Blockbusters in TV'. Il format *Blockbusters* venne però importato in Italia nel 1985 con il titolo 'Doppio Slalom' e trasmesso con grande successo in fascia protetta per cinque anni. Si tratta quindi di un altro riferimento di difficile resa: richiamare memorie televisive italiane o scegliere la via forestierizzante?<sup>33</sup>

Sorte differente capita a un altro quiz televisivo: *He's not Roy Walker, Gareth*<sup>34</sup> diventa 'Non siamo a *Indovina! grillo*'. La differenza però sta nel fatto che in Italia non è mai esistito un quiz con questo nome: si tratta piuttosto di una espressione regionale italiana che significa 'chissà'.

Altra *domestication* è la scelta di sostituire il telefilm *The Peak Practice* con *Il grande fratello* e il quiz televisivo inglese *Countdown* con *La ruota della fortuna*, scelta efficace in questo caso, poiché il format portato in Italia da Mike Bongiorno è in realtà un format USA esportato in tutto il mondo (*Wheel of Fortune*), anche in UK.<sup>35</sup>

Per quanto riguarda il cinema, il doppiaggio di *The Office* mantiene inalterati alcuni titoli,<sup>36</sup> mentre sceglie invece di modificare i riferimenti a un film di guerra, forse ritenuto poco noto.

DAVID: Gareth... C'mon. You're a soldier, yeah? Stiff upper lip and all that! Spirit of *The Dam Busters*!<sup>37</sup> Yeah? The squadron never dies, does it? Seen that film? GARETH: Yeah... I got it on video. DAVID: And before he goes into battle, he's playin' with his dog! GARETH: Nigger. DAVID: Yeah! [abruptly, to the camera] It's not offensive. It's the dog's name. And it was the 40s, before racism was bad. / DAVID: Andiamo, Gareth. Tu sei un soldato, vero? Un uomo tutto d'un pezzo, con lo spirito di *Dove osano le aquile*, di *Uno squadrone non muore mai*. L'hai visto quel film? GARETH: Sì, ho la videocassetta. DAVID: Prima di andare in battaglia gioca col cane. GARETH: Negro. DAVID: Non è un'offesa. Era del '40, prima che il razzismo fosse bandito.

Il problema in questa scena è che non esiste nessun film uscito in Italia con il titolo *Uno squadrone non muore mai*, creato dagli adattatori sul calco della citazione che David fa da *The Dam Busters*. Quindi, sarebbe stato più corretto mantenere il titolo originale, considerando peraltro che il dialogo tra i due ricostruisce una scena del film in questione, ovvero quella del cane di nome *Nigger/Negro*.

## Conclusioni

A questo punto della ricerca si è definitivamente aperto uno scenario più complesso, all'interno del quale sembrano porsi una serie di quesiti che hanno a che fare con l'evoluzione della traduzione audiovisiva ma anche con il mutare dei rapporti interculturali e intraculturali nella contemporaneità globalizzata. Si può pensare che le incertezze dimostrate dagli adattatori di *The Office* siano indice di quanto la cultura si stia omologando su scala internazionale, costringendo a traduzioni che non tradiscano gli spettatori più 'cosmopoliti' ed esigenti. Per rispondere a questo tipo di pubblico, tuttavia, si rischia di penalizzare chi, per mancanza di strumenti o per scelta personale, non conosce, non si interessa o 'resiste' all'anglofonizzazione e all'americanizzazione.

Se parliamo di prodotti filmici in lingua inglese, non possiamo infatti ignorare le implicazioni sociali che questo idioma, a differenza di altri, porta con sé. La retorica del 'senza l'inglese non si va da nessuna parte', che risuona da molti anni nelle case degli italiani e nelle politiche scolastiche di molti paesi non-anglofoni, contie-

ne ovviamente elementi di realtà, per esempio nel mondo del lavoro, ma è anche segno di una discriminazione ormai interiorizzata verso chi possiede o decide di coltivare un bagaglio lingua-culturale diverso da quello anglosassone. È proprio vero che non si va da nessuna parte? Nell'ottica della traduzione audiovisiva, si potrebbe quindi azzardare l'idea che gli adattatori di prodotti mass-mediali siano in qualche modo 'agenti' di globalizzazione, facilitatori di flussi di informazioni, di abilità e di concezioni del mondo provenienti da una lingua-cultura che ha dimostrato negli anni caratteristiche egemoniche abbastanza evidenti.<sup>38</sup> Mantenere invariati tutti i riferimenti tipici del mondo anglofono favorisce in primo luogo chi tra il pubblico italiano conosce già luoghi, personaggi e *brand* anglo-americani.

Pare che la traduzione audiovisiva stia vivendo, almeno in Italia, una fase di cambiamento. Se in passato la scarsa reperibilità dei film originali e la conoscenza limitata delle lingue straniere rendevano il doppiaggio una pratica relativamente immune da critiche puntuali, Internet e le nuove tecnologie hanno messo a disposizione del pubblico il testo originale e un apparato di strumenti per risalire alle informazioni mancanti, rendendo questa forma di traduzione vulnerabile quasi quanto i temuti volumi con testo a fronte, incubo dei traduttori letterari. Bisogna poi tenere presente che si stanno offuscando sempre più i limiti tra lingua-cultura di partenza e quella di arrivo. Si può ancora parlare di *culture-specific* nel caso anglofono, oppure siamo di fronte a un orizzonte di riferimenti sempre più *global-specific*?

Smettere di ritenere gli spettatori una massa distratta e ignorante si può considerare indice di allentamento del controllo culturale dei traduttori sul pubblico, almeno in riferimento alla storia del doppiaggio italiano. Tuttavia, presupporre che il pubblico sia per la maggior parte cosmopolita, esigente e multilingue sta creando e creerà sempre di più uno spostamento nella pratica della traduzione audiovisiva. È comprensibile quindi che il mondo della traduzione dall'inglese si trovi in questi anni in una condizione di incertezza, che tuttavia, dopo una fase di assestamento, potrebbe portare a una mediazione più consapevole.

## NOTE

\* Anna Belladelli è ricercatrice di lingua e traduzione inglese all'Università degli Studi di Palermo. Si occupa di traduzione audiovisiva, inglese americano e Critical Discourse Analysis.

1 Anna Belladelli, *Doppiaggio e ideologia: (ri)rappresentazioni della queerness nell'edizione italiana di Will & Grace*, "Àcoma", 36, 2008, pp. 80-91; Id., *Voci (non) bianche nel doppiaggio televisivo italiano anni Ottanta*, in Anna Scacchi, Sara Antonelli, Tatiana P. Niegosh, a cura di, *Tradurre il colore: immaginari razziali tra Italia e Stati Uniti*, ombre corte, Verona 2012, pp. 241-53.

2 Per *vincolo* si intende qui la pressione – avvertita più o meno consciamente dal traduttore – che proviene dalle istituzioni (Chiesa, editoria, grandi aziende, organizzazioni sociali e politiche) e dall'universo del discorso (le conoscenze condivise dal mittente e dal destinatario del testo). Cfr. André Lefevere, *Translation and Rewriting*, Routledge, London 1992; Jean Delisle,

Hannelore Le-Jahnke, Monique C. Cormier, *Translation Terminology*, John Benjamin, Amsterdam/Philadelphia 1999 (ed. it. Margherita Ulrych, a cura di, *Terminologia della traduzione*, Hoepli, Milano 2005, tr. it. di Caterina Falbo e Maria Teresa Musacchio).

3 Luca Barra, *Processo al doppiaggio. La lunga strada e la complessità di una televisione "tradotta"*, "Link: Idee per la televisione", 1, 2009, pp. 143-149 (citazione a p. 148).

4 Sul tema del rapporto di fiducia tra lettore e traduttore, cfr. André Lefevere e Susan Bassnett, *Introduction: Proust's Grandmother and the Thousand and One Nights: The 'Cultural Turn' in Translation Studies*, in Id., a cura di, *Translation, History and Culture*, Pinter Publishers, London/New York 1990, pp. 1-13.

5 Emiliana De Blasio, Guido Gili, Matthew Hibberd e Michele Sorice, a cura di, *La ricerca sull'audience*, Hoepli, Milano 2007.

6 La scelta tra il termine 'serie' e 'serial' non è immediata nel caso di *The Office*. Per *serie* si intende una fiction suddivisa in segmenti narrativi conclusi (episodi), senza sviluppo cronologico delle vicende e con un'illusione di ritorno ciclico del tempo. Il *serial*, invece, si compone di segmenti aperti (puntate) con sviluppo cronologico delle vicende e una rappresentazione lineare del tempo. Cfr. Aldo Grasso, *Prima lezione sulla televisione*, Laterza, Roma/Bari 2011; Milly Buonanno, *Le formule del racconto televisivo*, Sansoni, Milano 2002. L'originale britannico, composto da due serie molto brevi e ambientate in un lasso di tempo ristretto, presenta caratteristiche di entrambi i formati. Tuttavia, dal momento che la versione americana è al suo nono anno di vita e ha una struttura più chiaramente assimilabile alla serie TV, si è optato per questo termine in entrambi i casi.

7 Maurice Charney, a cura di, *Comedy: A Geographic and Historical Guide*, Praeger, Westport, CT 2005, p. 631.

8 Per un'analisi del rapporto tra elementi realistici e fittizi in *The Office* e in altre serie TV italiane e straniere, cfr. Antonio Santangelo, *La real fiction. Oltre l'opposizione fattuale/finzionale*, in Maria Pia Pozzato e Giorgio Grignaffini, a cura di, *cit.*, pp. 123-37. Sulle strategie intersoggettive tra opera filmica e spettatore, cfr. gli studi di Francesco Casetti, tra cui *Tra me e te, Strategie di coinvolgimento dello spettatore nei programmi della neotelevisione*, Rai-Eri, Roma 1988.

9 Per un'analisi dell'americanizzazione di *The Office* e di altre serie TV 'localizzate' per il pubblico statunitense, cfr. Gianna Fusco, *Mainscreening America: Cultural Translation in US TV Series*, in Marina Camboni, Andrea Carosso, Sonia Di Loreto, Marco Mariano, a cura di, *Translating America. The Circulation of Narratives, Commodities, and Ideas Between Italy, Europe, and the United States*, Peter Lang, Bern 2011, pp. 79-94. L'autrice osserva che la ricontestualizzazione culturale della sceneggiatura britannica ha da un lato azzerato i riferimenti a opere, personaggi o eventi non statunitensi, e dall'altro mitigato gli elementi considerati non consoni a un tipico ambiente di lavoro americano, come per esempio l'ironia cruda nei confronti dell'omosessualità, della disabilità e del sesso, oppure il forte senso di disperazione e cinismo che pervade l'originale britannico, la cui grande innovazione sul piano stilistico era proprio l'equilibrio tra la comicità e un grottesco oscuro al limite del patetismo.

10 *BBC to screen US TV's The Office*, "BBC News online", 3 marzo 2005 [<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/4315621.stm>]

11 Ci si riferisce per comodità alle due serie dando l'indicazione del Paese (USA o UK).

12 Sulla traduzione come mediazione culturale e sulla necessità del traduttore di essere 'bilingual' e 'bicultural', si veda Stephen Bochner, a cura di, *The Mediating Person*, Schlenkman, Cambridge 1981; Christopher Taylor, *Aspects of Language and Translation: Contrastive Approaches for Italian/English Translators*, Campanotto Editore, Udine 1990; David Katan, *L'importanza della cultura nella traduzione*, in Margherita Ulrych, a cura di, *Tradurre. Un approccio multidisciplinare*, UTET, Torino 1997, pp. 31-73.

13 L'interpretazione dei riferimenti intertestuali e culturali richiede il possesso di una conoscenza specifica – di un altro testo a cui si fa riferimento o di un elemento riguardante una certa cultura – oppure di una più generale – la cosiddetta conoscenza enciclopedica del mondo. Christina Schaffner, a cura di, *The Role of Discourse Analysis for Translation and in Translator Training*, Multilingual Matters, Clevedon 2002.

14 Il framework teorico e l'apparato terminologico utilizzato per descrivere le caratteristiche di *The Office* si basa su una griglia di analisi formulata dall'Osservatorio sulla fiction "Smart\_

Serials" dell'Università di Bologna e presentata nel saggio *Forme della serialità. Una guida semi-otica all'analisi della fiction*, in Maria Pia Pozzato e Giorgio Grignaffini, a cura di, *Mondi seriali. Percorsi semiotici nella fiction*, RTI, Milano 2008, pp. 201-23.

15 Cfr. n23.

16 Soluzioni traduttive che mirano a ottenere un 'effetto equivalente', ovvero provocare la stessa reazione nel pubblico di arrivo, modificando se necessario il contenuto della battuta originale e utilizzando iperonimi e termini più vaghi, comprensibili a più culture. Cfr. Eugene Nida, *Toward a Science of Translating*, E.J. Brill, Leiden 1964 e *Principles of Correspondence*, in Mona Baker and Lawrence Venuti, a cura di, *The Translation Studies Reader*, Routledge, London 2000, pp. 126-40; Peter Newmark, *Approaches to Translation*, Pergamon Press, Oxford 1982, p. 37 (tr. it. *La traduzione. Problemi e metodi*, Garzanti, Milano 1994).

17 Nella serie USA restano invariati Hillary Rodham Clinton, Abraham Lincoln (italianizzato in Abramo) e Martin Luther King; in quella UK si conservano i nomi di Salomone, Einstein, la Principessa Diana (di cui si cita anche la morte a Parigi), Nelson Mandela e la moglie Winnie.

18 Questo tipo di slang britannico si basa su una catena ben precisa di assonanze: poiché Hampton Wick (un quartiere dell'hinterland londinese) fa rima con *prick* e *dick* (volg. 'pene', 'cretino'), si tiene la prima parte del nome e si omette la rima, troppo scontata. Per una trattazione più ampia del *rhyiming slang*, si vedano Jonothon Green, *Slang Down the Ages*, Kyle Cathie, London 1993; William Matthews, *Cockney Past and Present*, Routledge, London 1972; Matteo Santipolo, *Le varietà dell'inglese contemporaneo*, Carocci, Roma 2006; Elisa Mattiello, *An Introduction to English Slang: A Description of its Morphology, Semantics and Sociology*, Polimetrica, Monza 2008.

19 Resta il nome della rivista *GQ*, di cui esiste da anni un'edizione italiana, ma anche quello di *American Way Magazine*, molto meno noto. Con il gioco di carte per computer *Free Cell* il problema non si pone, dato che si chiama così anche in Italia. Nella serie britannica resta invariato il nome commerciale Polaroid, noto anche in Italia, mentre si preferisce rendere tutti gli altri casi con degli iperonimi: *Tipp-Ex* diventa 'pennarello', *Biro* 'penna', la catena *Debenhams* 'supermercato' e la fiera *Crufts* 'mostra canina'.

20 Il brano è stato anche cantato in italiano da Al Bano, con il titolo *Il piccolo tamburino*.

21 Restano invariati Queen, Michael Jackson con il brano *Thriller*, George Michael, Pet Shop Boys, Howard Jones, Nick Kershaw, East Side, No Doubt con il brano *Don't Speak*, Des'ree, 4 Non Blondes, Paul Hardcastle con il brano *19*, Mungo Jerry con il brano *In the Summertime*, Hootie & the Blowfish e Texas.

22 Si tratta di Drew Carey, Ryan Stiles, Robin Williams e Doris Roberts. Ryan Stiles è un comico statunitense che ha fatto parte del cast di uno show televisivo britannico, chiamato *Whose Line Is It Anyway?*, di cui è esistita anche una versione americana condotta da un altro comico, Drew Carey.

23 Nel doppiaggio di *The Office USA* si è intervenuti sul testo con una strategia di *domestication*, per rendere il mondo del lavoro americano più simile a quello italiano. Oltre a sostituire più volte *corporate* con 'sindacato', si definisce 'precario' il *temp* Ryan e si aggiungono lamentele sulla propria condizione di lavoratori, che non esistono nell'originale. Per esempio, *Good morning, how are you?* diventa 'Anche oggi qui, purtroppo... Che strazio'. Inoltre, alcuni commenti personali sulle ingiustizie contrattuali vengono resi in italiano al plurale, come per comunicare un maggiore senso di appartenenza alla propria categoria lavorativa. Se fosse presente anche nel doppiaggio di altre serie TV, questa manipolazione ideologica avrebbe una rilevanza culturale notevole, a cui mi riservo di dedicare in futuro un'indagine più mirata.

24 Cfr. n23.

25 Traduzione mia: *Chi è più razzista, i neri o i bianchi? I neri. Sapete perché? Perché li odiamo anche noi, i neri. C'è una specie di guerra civile tra i neri. E ci sono due fazioni: da una parte i neri, dall'altra i negri. E i negri devono andarsene e basta. Ogni volta che i neri vogliono fare qualcosa di divertente, arrivano dei negri ignoranti e mandano tutto a puttane! Non si può andare a vedere un film appena esce nelle sale perché ci sono dei negri che sparano contro lo schermo! [...] I negri vogliono sempre un premio per qualsiasi cazzata che è dovere di tutti fare. "Mi prendo cura dei miei figli". È un tuo dovere, coglione! "Non sono mai stato in prigione". Che cosa vuoi – un biscotto? È tuo dovere cercare di non andarci, coglione senza aspirazioni che*

*non sei altro!* Il testo originale è in African American English, varietà socio-etnica dell'American English che presenta caratteristiche morfo-sintattiche sistematiche soltanto in apparenza devianti rispetto allo Standard American English – e quindi spesso erroneamente considerate “errori”, imprecisioni o sgrammaticature. Nell'impossibilità di trovare una varietà non standard italiana con pari requisiti, si è optato per una traduzione normalizzante a livello sintattico e morfologico, mentre sono stati cercati adattamenti ed equivalenze a livello lessicale e fraseologico.

26 Christine Acham, *Revolution Televised. Prime Time and the Struggle for Black Power*, University of Minnesota Press, Minneapolis/London 2004, pp. 179-80.

27 Su questo tema si consideri l'ormai celebre documentario di Lee Mun Vah *The Color of Fear* (1994), in cui cittadini americani di origini etniche diverse esternano, sotto l'occhio della telecamera, fobie e stereotipi che nutrono gli uni verso gli altri per liberarsi delle proprie marche ideologiche e aprirsi al confronto. Al termine di un giro di confessioni molto aperte e oneste, alcuni dei partecipanti vengono presi dal panico e scoppiano in lacrime all'idea che il dialogo appena terminato venga visto dal pubblico bianco e sfruttato per ribadire l'ineluttabilità del razzismo: temono che i bianchi diranno “Why should we care? Those rats can't even get along with each other” (tr. it. Che problemi ci facciamo? Quei topi di fogna non sono neanche capaci di andare d'accordo tra di loro).

28 Barack Obama, discorso pubblico in occasione della Festa del Papà, Chicago, IL, 15 giugno 2008.

29 Nello specifico, restano invariati il noto Jim Carrey ma anche personaggi probabilmente sconosciuti in Italia, come John Noakes e Peter Purves (citati da David insieme al loro programma per bambini *Blue Peter*, in onda sulla BBC dal 1958 fino a oggi), o come Smashie e Nicey (macchiette inventate negli anni Novanta da due comici della BBC).

30 Basil Fawlty è un personaggio creato da John Cleese dei Monty Python in una sitcom andata in onda per la BBC negli anni Settanta, intitolata *Fawlty Towers*, in cui Cleese interpretava il rigido proprietario di un hotel a Devon. L'esempio di David è calzante perché nella scena in questione lui e un formatore aziendale stanno impersonando rispettivamente un direttore d'albergo scortese e un cliente scontento per dimostrare l'importanza della cooperazione nel rapporto con la clientela.

31 Dal momento che John Sessions è un comico scozzese che ha partecipato all'edizione britannica di *Whose Line Is It Anyway?*, risulta chiaro che i frequenti riferimenti a questo programma televisivo, presenti in entrambe le serie, sono richiami intertestuali che vanno perduti nella traduzione italiana. Cfr. n22.

32 Per fare un altro esempio, David pensa di sorprendere i colleghi descrivendo se stesso e Chris come ‘Morecambe & Wise’, una coppia di intrattenitori inglesi del passato, il cui sodalizio è durato dal 1941 al 1984. Nel doppiaggio, il loro nome viene sostituito dall'iperonimo ‘un duo brillante’.

33 Il dubbio che il pubblico italiano non conosca nel dettaglio il quiz inglese rimane, dal momento che la traduzione della battuta di Chris “Screw Bob Holness and screw your Gold Run”, che cita il presentatore del programma e il gioco finale, diventa “Al diavolo *Blockbusters* e al diavolo il tuo college”.

34 Roy Walker è stato presentatore del quiz televisivo *Catchphrase*, in cui i concorrenti devono riconoscere proverbi e frasi idiomatiche inglesi riprodotte attraverso immagini e animazioni proiettate su un maxischermo.

35 Telefilm del canale britannico ITV, andato in onda dal 1993 al 2002, ambientato in un ambulatorio di campagna.

36 Conservano il proprio nome i personaggi di fantasia Austin Powers e Mini Me, protagonisti di film britannici di successo, e il titolo del film *Schindler's List* – scelta ovvia poiché la pellicola di Spielberg mantenne questa dicitura anche nel nostro paese.

37 *The Dam Busters*, un film inglese del 1954 ambientato durante la Seconda guerra mondiale, descrive l'impresa dello Squadrone 617 dell'Aviazione britannica, che nel 1943 distrusse alcune dighe della Ruhr per minare l'economia del Reich. In Italia il film uscì nello stesso anno, con il titolo *I guastatori delle dighe*. Il riferimento al cane e allo squadrone sono collegati a questo film, non a quello scelto dagli adattatori. Anche *Dove osano le aquile* (*Where Eagles Dare*), film del 1969, ha per soggetto le prodezze dell'esercito inglese contro i nazisti.

38 Su questo tema cfr. Donaldo Macedo, Bessie Dendrinis e Panayota Gounari, *The Hegemony of English*, Paradigm Publishers, Boulder, CO 2003.