

MARIA I. SPAGNA

Il discorso turistico e le emozioni
Analisi argomentativa e traduttologica
di una brochure del Club Med



UNIVERSITÀ
DEL SALENTO

2015

La presente pubblicazione è stata sottoposta a processo di peer-review double blind.

© 2015 Università del Salento

Coordinamento SIBA
UNIVERSITÀ DEL SALENTO
<http://siba.unisalento.it>

ISBN 978-88-8305-114-2 (print version)
eISBN 978-88-8305-115-9 (electronic version)
<http://siba-ese.unisalento.it>

DOI Code: 10.1285/i9788883051159

*A tutti coloro che mi hanno fatto
vivere, rivivere, conoscere e riconoscere le emozioni*

INDICE

INTRODUZIONE	p. 9
CAPITOLO PRIMO	
IL DISCORSO DELLE EMOZIONI NELLA COMUNICAZIONE TURISTICA	p. 13
1. La comunicazione turistica	p. 14
2. <i>Logos e pathos</i>	p. 18
3. Teoria e metodologia per un'analisi linguistica delle emozioni	p. 25
CAPITOLO SECONDO	
IL CASO DEL CLUB MÉDITERRANÉE	p. 29
1. Club Med: i pionieri della comunicazione	p. 29
2. La promessa della felicità	p. 31
3. La home page	p. 36
4. Oltre la felicità ...: uno sguardo agli slogan delle brochure	p. 41
5. Presentazione del corpus e obiettivi	p. 44
CAPITOLO TERZO	
IL DISCORSO DELLE EMOZIONI DEL CLUB MED NELLA BROCHURE SPORTS D'HIVER 2014-2015	p. 49
1. La copertina	p. 49
2. L'esordio	p. 51
2.1 Lettera di presentazione	p. 52
2.2 L'indice	p. 54
3. Prima sezione: <i>De Nouveaux Horizons</i>	p. 55
4. Seconda sezione: <i>L'Esprit Club Med</i>	p. 55
5. Terza sezione: <i>Les Chalets Club Med</i>	p. 60
6. Quarta sezione: <i>Les Villages</i>	p. 61
6.1 Gli slogan-titolo	p. 62
6.2 Imaginez...	p. 65
6.3 Servizi inclusi	p. 71
7. Quinta sezione: <i>Le Guide de votre séjour</i>	p. 73
8. Risultati: bilancio emotivo	p. 80

CAPITOLO QUARTO

LA TRADUZIONE DELLE EMOZIONI E DEGLI EFFETTI PATEMICI: SPORTS D'HIVER 2014-2015 E DESTINAZIONI NEVE 2014-2015

A CONFRONTO	p. 89
1. <i>Le bonheur / La felicità</i>	p. 92
1.1 Termine di emozione diretta: <i>bonheur/s / felicità</i>	p. 92
1.2 Omissione del termine di emozione	p. 96
1.3 <i>Surplus</i> di Felicità	p. 98
1.4 L'emozione indiretta della felicità	p. 100
1.5 Omissione della felicità indiretta	p. 100
1.6 <i>Surplus</i> di Felicità indiretta	p. 101
1.7 La /felicità/	p. 101
2. <i>Le plaisir / Il piacere</i>	p. 101
2.1 Termine di emozione diretta: <i>plaisir/s / piacere/i</i>	p. 103
2.2 Omissione compensata del termine di emozione	p. 104
2.3 L'emozione indiretta del piacere	p. 105
2.4 Patemi per ricostruire il /piacere/	p. 106
3. <i>La détente / distensione o relax</i>	p. 113
3.1 Termine di emozione diretta: <i>détente / distensione</i>	p. 114
3.2 Omissione del termine di emozione	p. 114
3.3 L'emozione indiretta della distensione	p. 116
3.4 Omissione dell'emozione indiretta	p. 116
3.5 Patemi per ricostruire la /distensione/	p. 117
3.6 Patemi per ricostruire il /piacere/ e la /distensione/	p. 119
4. <i>La solidarité / La solidarietà</i>	p. 121
5. <i>Les joies / Le gioie</i>	p. 122
5.1 Termine di emozione diretta: <i>joies / gioie</i>	p. 122
5.2 Patemi per ricostruire la /gioia/	p. 122
6. <i>La tendresse / La tenerezza</i>	p. 123
7. Lo stupore	p. 123
7.1 Omissione dell'emozione indiretta	p. 124
7.2 Patemi per ricostruire lo /stupore/	p. 125
8. Altre emozioni indirette	p. 126
8.1 Il rispetto	p. 126
8.2 La fierezza	p. 127
8.3 L'estasi	p. 127
8.4 L'ammirazione	p. 128
8.5 L'amicizia	p. 129
8.6 L'amore	p. 130

9. Le emozioni solo ricostruite	p. 133
9.1 L'entusiasmo/	p. 133
9.2 La /speranza/	p. 133
9.3 La /sorpresa/	p. 134
10. Un caso a sé: in una parola tutte le emozioni	p. 137
11. Risultati: bilancio emotivo a confronto	p. 138
11.1 Emozioni dirette	p. 138
11.2 Emozioni indirette	p. 140
11.3 In una parola tutte le emozioni	p. 141
11.4 Emozioni ricostruite	p. 141
CONCLUSIONI	p. 147
Riferimenti Bibliografici	p. 149

