

Examens d'admission 2022
Epreuve de traduction Italien/Français
Durée 2 heures
Tous documents autorisés

L'USAGE DES OUTILS DE TRADUCTION AUTOMATIQUES (DEEPL, GOOGLETRANSLATE ETC.) EN LIGNE EST STRICTEMENT INTERDIT. LES VÉRIFICATIONS SERONT EFFECTUÉES. TOUT CONTREVENANT SERA ÉLIMINÉ.

1/ Traduisez le document ci-dessous en français
2/Présentez et explicitez trois de vos choix traductionnels en français (uniquement pour les candidats ayant le français comme langue maternelle)

Carə tuttə, il linguaggio inclusivo esiste. Perché non usarlo?

Intervista a Vera Gheno

Ciclicamente si torna a polemizzare sull'uso di schwa e asterischi al posto del plurale maschile indifferenziato. Da alcuni giorni sul web si dibatte una questione linguistica. Non tanto perché improvvisamente interessi a qualcuno, ma perché il giornalista Mattia Feltri ha tentato di ridicolizzare sulle pagine della Stampa la proposta della sociolinguista Vera Gheno: sostituire, per lo meno in certi contesti, il maschile generalizzato con l'uso dello schwa, ossia una e rovesciata [ə]. Non lo si trova, di norma, nelle tastiere standard, ma nella mappa dei caratteri sì. Il suo è "un suono neutro, non arrotondato, senza accento o tono, di scarsa sonorità" (ci dice Treccani); corrisponde al suono che si emette "a bocca rilassata". Esiste naturalmente in diversi dialetti meridionali (/Nàpulə/). Per quanto io stessa ne veda i limiti fortissimi, ogni tanto, quando scrivo per contesti nei quali le questioni di genere sono particolarmente sentite, scrivo cose come "Carə tuttə." Per inciso, non sono stata io a coniare questa proposta che ha scatenato le ire dei sedicenti amanti della tradizione.

Vera Gheno, a che punto siamo di questa vicenda?

Per quanto mi riguarda, stiamo vivendo un periodo linguisticamente molto frizzante; e tale "frizzantezza" è legata a sommovimenti sociali e culturali in atto. Continuo a pensare che la lingua la facciano i parlanti. Alcuni colleghi preferiscono specificare che hanno più rilevanza, nel provocare cambiamenti linguistici, i parlanti colti; è probabile che sia così...

by Chiara Zanini

Examens d'admission 2022

Epreuve de traduction français > italien

Durée 2 heures

Tous documents autorisés

L'USAGE DES OUTILS DE TRADUCTION AUTOMATIQUES (DEEPL, GOOGLETRANSLATE ETC.) EN LIGNE EST STRICTEMENT INTERDIT. LES VÉRIFICATIONS SERONT EFFECTUÉES. TOUT CONTREVENANT SERA ÉLIMINÉ.

- 1) Per tutti i candidati : tradurre il seguente testo in italiano.
- 2) Solo per i candidati di madrelingua italiana : spiegare e commentare 3 delle scelte traduttive fatte.

Regards croisés sur les jeunes Italiens et les jeunes Français

Entre la France et l'Italie, le voisinage n'est pas uniquement géographique : ces deux pays ont en commun une racine latine et de nombreux autres éléments culturels et historiques. Le but de ce chapitre est de comparer les orientations culturelles des jeunes habitant ces deux nations européennes proches et lointaines à la fois. Par ailleurs, la « proximité » entre les jeunes Italiens et les jeunes Français peut dépendre du fait qu'ils vivent et grandissent dans la modernité avancée, pouvant générer des tendances culturelles homogènes qui dépassent les différences et les distinctions des pays. Toutefois, l'Italie et la France ont été diversement concernées par le processus de modernisation et la différence de rythme et d'intensité du changement va s'ajouter à la permanence dans le temps des « caractères nationaux » respectifs.

L'exemple du milieu associatif.

Quelques considérations. L'une d'elles concerne le taux plus élevé d'associationnisme des jeunes Italiens, significatif de leur plus large propension à interagir dans des groupes organisés et à les utiliser comme des lieux « ordinaires » du processus de socialisation. [...]

Franco Garelli : *Les jeunes Européens et leurs valeurs* (2005)

- 3) Solo per i candidati di madrelingua NON italiana : leggere il seguente testo e rispondere alle domande :

3a. Si tratta di un testo critico o acritico ? Proporre parole o espressioni a sostegno della propria risposta.

3b. Cosa significa « *Italica Favella* » (riga 5)?

3c. Cosa significa l'espressione « *un Capo di Palazzo Chigi* » (riga 8). Di che figura retorica si tratta ?

4c. Riassumere con proprie parole il paragrafo che comincia dalla frase « *La cosa può...* » (riga 12), fino a « (...), *Corsica.* » (riga 18)

Sergio Celestino, Il fascino discreto della lingua italiana nel mondo

Si è celebrata la XX edizione della “Settimana della Lingua italiana nel mondo”. La lingua è il primo fattore del senso di appartenenza di un popolo e della sua autostima. Veicola contenuti: idee, immagini, invenzioni, mentalità e aspirazioni, portandoli in zone anche molto più ampie di quelle in cui viene parlata; può contaminare altre lingue con la sua rappresentazione del mondo. Insomma, “Lingua è potere”, e la crisi di popolarità dell’**Italica Favella** in patria è specchio di una crisi di potere generale e più ampia.

Che potere ha oggi l’italiano all’estero? Gli italiani ne sono consapevoli?

Tempo fa, **un capo di Palazzo Chigi** affermò che “C’è voglia di Italia nel mondo”; si potrebbe aggiungere: e di lingua italiana.

Gli italofoeni nel globo non sono più di settanta milioni, eppure l’italiano è la quarta lingua più studiata al mondo dopo inglese, spagnolo e cinese mandarino: più del francese, ad esempio, che è solo quinto. Più del tedesco, del portoghese o del giapponese. **La cosa può** sorprendere, se si dimentica che l’italiano è la lingua franca di uno dei principali soggetti geopolitici mondiali, la Chiesa Cattolica; che la diaspora italiana ha portato nel mondo oltre quaranta milioni di emigrati, soprattutto in Argentina, Usa, Canada, Australia, Germania, Francia e Belgio; che è generalmente ben compreso nei paesi di emigrazione verso l’Italia o del passato coloniale, come Albania, Romania, Eritrea e Somalia, o di antico insediamento come le zone mediterranee di influenza marinara genovese e veneziana, Slovenia, Croazia, **Corsica**.

Tutto ciò però non basta a comprendere perché oltre due milioni di non italiani nel mondo vogliono imparare a parlare nella lingua di Dante.

Il punto è che la lingua veicola l’immagine del nostro Paese, che all’esterno dei confini nazionali suscita molta più simpatia e ammirazione di quanto non avvenga in Patria. L’italiano è la lingua dell’arte e dell’architettura, di Brunelleschi, Raffaello, Michelangelo; della musica, del melodramma e del canto lirico; delle scoperte scientifiche di Leonardo, Galileo e Marconi; della pizza, del gelato e del cappuccino, del vino, del parmigiano e del più recente boom del prosecco; del Made in Italy che va da Valentino, Versace, Prada e Gucci fino alla Ferrari, alla Maserati e alla Lamborghini. Insomma, di quell’« Italian way of life », che fa tendenza in giro per il mondo, e da qualche tempo anche nelle classi sociali in ascesa cinesi. L’elenco, che già così suona un po’ didascalico, potrebbe continuare a lungo.

Esiste una domanda di Italia, di cui la domanda di lingua italiana fa parte, perché costituisce l’essenza di un modo di essere che nel mondo piace, forse più che a noi. Tutto ciò spinge il Ministero degli Affari Esteri a definire la lingua italiana un “soft power” – giusto perché definirlo “potere morbido” suonerebbe un po’ ridicolo – che arriva ben più lontano della sfera di influenza geopolitica ufficiale dell’Italia e che ha una capacità di penetrazione, e di trascinarsi con sé del sistema paese, molto maggiore di quello delle nostre cancellerie. E faremmo bene ad esserne più consapevoli, per poterlo sfruttare nel nostro interesse.