

## RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

ABAD V., COMPIEGNE I., *Langage et publicité*, Bréal Édition, Rosny 1992.

ADAM J.-M., *Analyses du discours publicitaire*, Éditions Universitaires du Sud, Toulouse 2000.

ADAM J.-M., BONHOMME M., *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Nathan, Paris 1997.

ADAM J.-M., *Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*, Nathan, Paris 1997.

ADAM J.-M., *Linguistique textuelle. Des genres aux discours*, Nathan, Paris 1999.

AMOSSY R., *L'argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d'idées, fiction*, Nathan, Paris 2000.

ANTELM I D., HELD G., SANTULLI F., *Pragmatica della comunicazione turistica*, a cura di SANTULLI F., in University Press: Lingue e culture, Editori Riuniti, Roma 2007.

ANTELM I D., *Il discorso dei media*, Carocci, Roma 2006.

ARISTOTE, *Rhétorique*, traduction de RUELLE C.-E., introduction de MEYER M., commentaire de TIMMERMANS B., Le Livre de poche, Paris 1991.

AUSTIN J.L., *Quand dire, c'est faire*, introduction, traduction et commentaire par LANE G., Seuil, Paris 1970.

BAIDER F., BURGER M., GOUTSOS D. (éds), *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité / Tourist communication. Discursive approaches to Identity and Otherness*, Actes du Colloque International, Université de Chypre, 11-12 octobre 2002, L'Harmattan, Paris - Budapest 2004.

BALIBAR-MRABTI A., «Grammaire des sentiments», *Langue française*, n. 105, Larousse, Paris 1995.

BARON-YELLES N., *Le tourisme en France. Territoires et stratégies*, coll. «Clés et repères», Armand Colin, Paris 1999.

BATTIMANI P., *Vacanze di pochi, vacanze di tutti. L'evoluzione del turismo europeo*, Il Mulino, Bologna 2001.

BENVENISTE É., *Problemi di linguistica generale*, (Titolo originale: *Problèmes de linguistique générale*, traduzione di GIULIANI M.V., Gallimard, Paris 1966), Il Saggiatore, Milano 1994.

BERTRAND O., SCHAFFNER I. (éds), *Le français de spécialité. Enjeux culturels et linguistiques*, coll. «Linguistique et Didactique», Les Éditions de L'École Polytechnique, Paleseau 2008.

BONADEI R., VOLLI U. (a cura di), *Lo sguardo del turista e il racconto dei luoghi*, FrancoAngeli, Milano 2003.

BOYER M., *Histoire générale du tourisme du XVI<sup>e</sup> au XXI<sup>e</sup> siècle*, L'Harmattan, Paris 2005.

BOYER M., VIALON P., *La comunicazione turistica*, Adattamento, ampliamento e aggiornamento a cura di MAERAN R., (Titolo originale: *La communication touristique*, traduzione di PEDON A., Presses Universitaires de France, Paris 1994), Armando Editore, Roma 2000.

BRETON P., *L'argumentation dans la communication*, La Découverte, Paris 1996.

CABASINO F., «Les attentats du 11 septembre. Émotions et raison dans la presse en France et en Italie», *Mots*, n. 75, 2004, pp. 21-33.

CAFFI C., JANNEY R., «Towards a pragmatics of emotive communication», *Journal of Pragmatics*, n. 22, 1994, pp. 325-373.

CALABRÒ G., *Teoria, didattica e prassi della traduzione*, Liguori Editore, Napoli 2001.

CAPOZZI M.R., *La comunicazione pubblicitaria: aspetti linguistici, sociali e culturali*, FrancoAngeli, Milano 2008.

CELOTTI N., «Traduire pour accueillir l'étranger en voyage. Qu'en est-il des sites web touristiques institutionnels sur Trieste, "la plus 'mitteleuropéenne' des villes italiennes"», *Rivista Internazionale di Tecnica della Traduzione /*

*International Journal of Translation*, n. 11, Edizioni Università di Trieste, Trieste 2009, pp. 85-95.

CHABROL C., «De l'impression des personnes à l'expression communicationnelle des émotions», in PLANTIN C., DOURY M., TRAVERSO V., *Les émotions dans les interactions*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon 2000, pp. 104-124.

CHARAUDEAU P., *Le discours d'information médiatique*, Nathan, Paris 1997.

CHARAUDEAU P., *Les médias et l'information: l'impossible transparence du discours*, De Boeck, Bruxelles 2005.

CHARAUDEAU P., «Une problématisation discursive de l'émotion. À propos des effets de pathématisation à la télévision», in PLANTIN C., DOURY M., TRAVERSO V., *Les émotions dans les interactions*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon 2000, pp. 125-155.

CHARAUDEAU P., MAINGUENEAU D. (éds), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Seuil, Paris 2002.

CHATAR-MOUMNI N., «L'expression verbale des émotions: présentation», *Langue française*, n. 180, 2013, pp. 3-11.

CHESSA F., «Dictionnaires de spécialité et communication interculturelle: une analyse terminologique de la langue du tourisme», in DOTOLI G., CHESSA F. (éds.), *Les dictionnaires de spécialité: une ouverture sur les mondes*, Actes des Troisièmes Journées Italiennes des Dictionnaires, Cagliari, 3-4 Octobre 2008, coll. «Biblioteca della ricerca. Linguistica», n. 39, Schena Editore, Fasano 2009.

CIGADA S., *Les émotions dans le discours de la construction européenne*, ISU Università Cattolica, Milano 2008.

COGNO E., DALL'ARA G., *Comunicazione e tecnica pubblicitaria nel turismo*, Collana di studi e ricerche sul turismo diretta da PERONI G., FrancoAngeli, Milano 1997.

COLLETTA J.M., TCHERKASSOF A., *Les émotions. Cognition, langage et développement*, Mardaga, Liège 2003.

CORTELAZZO M.A., *Lingue speciali. La dimensione verticale*, Unipress, Padova 1994.

COSNIER J., *Psychologie des émotions et des sentiments*, Retz, Paris 1994.

COSTANTINO V., *A pleins slogans. Jeux et enjeux du langage de la publicité*, coll. «Biblioteca della ricerca. Linguistica» diretta da DOTOLI G., GROSS M. e REY A., n. 10, Schena - Didier Érudition; Fasano - Paris 2000.

CROCI E., *Turismo culturale. Il marketing delle emozioni*, coll. «Pubblico, Professioni e luoghi della cultura» diretta da DE BIASE F., GARBARINI A., PERISSINOTTO L., SAGGION O., FrancoAngeli, Milano 2009.

CUVELIER P., *Anciennes et nouvelles formes de tourisme. Une approche socio-économique*, coll. «Tourismes et Sociétés», L'Harmattan, Paris 2005.

DARBELNET J., VINAY J.-P., *Stylistique comparée du français et de l'anglais*, Paris 1958.

DARDANO M., «I linguaggi scientifici», in SERIANNI L., TRIFONE P. (a cura di), *Storia della lingua italiana*, vol. 2, Einaudi, Torino 1994, pp. 501-551.

ECO U., «Il messaggio persuasivo», in FENOCCHIO G. (a cura di), *Le ragioni della retorica*, Mucchi, Modena 1987, pp. 11-27.

FABRIS G., *La pubblicità, teorie e prassi*, coll. «Impresa, comunicazione, mercato» diretta da FABRIS G., FrancoAngeli, Milano 2002.

FAINI P., *Tradurre. Manuale teorico e pratico*, Carocci Editore, Roma 2008.

GALLINGANI D., «La felicità se vuoi. Ovvero: l'idea di vacanza del Club Med», *Il Risorgimento*, anno XLV, n. 2, 1993, pp. 167-175.

GIACOMARRA M.G., *Turismo e comunicazione. Strategie di costruzione del prodotto turistico*, Sellerio, Palermo 2005.

GIORDANA F., *La comunicazione del turismo tra immagine, immaginario e immaginazione*, coll. «Impresa, comunicazione, mercato» diretta da FABRIS G., FrancoAngeli, Milano 2004.

GOLEMAN D., *Intelligenza emotiva*, Bur Psicologia e Società, RCS, Milano 2008.

GOTTI M., *I linguaggi specialistici: caratteristiche linguistiche e criteri pragmatici*, La Nuova Italia, Scandicci 1991.

GOTTI M., *I linguaggi specialistici*, La Nuova Italia, Firenze 1991.

GOTTI M., *Insight specialized genres*, Peter Lang, Bern 2006.

GOTTI M., *Intercultural aspects of specialized communication*, Peter Lang, Bern - New York 2004.

GOTTI M., *New trends in specialized Discourse Analysis*, Peter Lang, Bern - Berlin - Bruxelles 2006.

GOTTI M., *Studies in Specialized Discourse*, Peter Lang, Bern - Switzerland - New York 2006.

GRUNIG B., *Les mots de la publicité*, Presses du CNRS, Paris 1990.

GUIDÈRE M., *La communication multilingue*, De Boeck, Bruxelles 2008.

HAGÈGE C., «Vers une typologie linguistique des affects», *Bulletin de la Société de linguistique de Paris*, n. 1, 2006, pp. 89-132.

HARDIN G., PICOT C., *Translate, introduction à la pratique de la traduction*, Paris 1990.

KERBRAT-ORECCHIONI C., *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, Paris 1980.

KERBRAT-ORECCHIONI C., «Quelle place pour les émotions dans la linguistique du XX<sup>e</sup> siècle? Remarques et aperçu», in PLANTIN C., DOURY M., TRAVERSO V., *Les émotions dans les interactions*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon 2000, pp. 33-74.

KERBRAT-ORECCHIONI C., «Suivez le guide! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques: l'exemple de l' "île d'Aphrodite"», in BAIDER F., BURGER M., GOUTSOS D. (éds), *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité / Tourist communication. Discursive approaches to Identity and Otherness*, Actes du Colloque International, Université de Chypre, 11-12 octobre 2002, L'Harmattan, Paris - Budapest 2004, pp. 133-150.

LAMIZET B., «Esthétique de la limite et dialectique de l'émotion», *Émotions dans les média, Mots. Les langages du politique*, n. 75, 2004, pp. 35-45.

LAMIZET B., TÉTU J.-F., «L'Émotion dans les médias», *Mots*, n. 75, 2004.

LANQUAR R., RAYNOUARD Y., *Le tourisme social et associatif*, coll. «Que-Sais-Je?», Presse Universitaire de France, Paris 1995.

LERAT P., «Les langues de spécialité», *Linguistique Nouvelle*, Presse Universitaire de France, Paris 1995.

LO CASCIO V., *Grammatica dell'argomentare. Strategie e strutture*, La Nuova Italia, Firenze 1991.

MAINGUENEAU D., *L'Analyse du discours*, Hachette, Paris 1991.

MARGARITO M., HÉDIARD M., CELOTTI N. (a cura di), *La comunicazione turistica. Lingue, culture, istituzioni a confronto / La communication touristique. Langues, cultures, institutions en face-à-face*, Edizioni Libreria Cortina, Torino 2011.

MARGARITO M. (sous la direction de), *Cahier de lecture(s) de l'affiche publicitaire*, coll. «Biblioteca della ricerca. Linguistica» diretta da DOTOLI G., CONENNA M. e REY A., n. 15, Schena - Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, Fasano - Paris 2003.

MARGARITO M. (sous la direction de), *L'Italie en stéréotype*, L'Harmattan, Paris 2000.

MARGARITO M., «Tourisme et émotions dans les guides touristiques», in AGORNI M., *Comunicare la città. Turismo culturale e comunicazione. Il caso di Brescia*, FrancoAngeli, Milano 2012, pp. 55-63.

MATHIEU Y., *Les verbes de sentiment: de l'analyse linguistique au traitement automatique*, CNRS Editions, Paris 2000.

MATTIOLI E., «La traduzione letteraria», *Testo a fronte*, n. 1, ottobre 1989, pp. 7-22.

MENDES E., MACHADO I.L., MENEZES W.A., *As emoções no discurso*, vol. I, Lucerna, Rio de Janeiro 2007.

MENDES E., MACHADO I.L., *As emoções no discurso*, vol. II, Mercado de Letras, Campinas 2010.

MICHELI R., HEKMAT I., RABATEL A., «L'Émotion argumentée dans les médias», *Le Discours et la langue*, n. 4-1, 2013.

MICHELI R., *L'émotion argumentée*, Éditions du Cerf, Paris 2010.

MICHELI R., *Les Émotions dans les discours. Modèle d'analyse, perspectives empiriques*, De Boeck, Bruxelles 2014.

MOUNIN G., *Les problèmes théoriques de la traduction*, Gallimard, Paris 1963.

NAVARRO DOMÍNGUEZ F., «La rhétorique du slogan: cliché, idéologie et communication», *Bulletin Hispanique*, Tome 107, n. 1, 2005, pp. 265-282.

NAVARRO ERRASTI M.P., SANZ R.L., MURILLO ORNAT S., *Pragmatics at Work. The Translation of Tourist Literature*, Peter Lang, Bern 2004.

NEWMARK P., *La traduzione: problemi e metodi*, (Titolo originale: *Approaches to translation*, traduzione di FRANGINI F., London, 1981), Milano 1988.

NIGRO M.G., *Il linguaggio specialistico del turismo. Aspetti storici, teorici e traduttivi*, Aracne editrice, Roma 2006.

NOVAKOVA I., TUTIN A., *Le lexique des émotions*, ELLUG, Grenoble 2009.

OSIMO B., *Manuale del traduttore. Guida pratica con glossario*, Hoepli, Milano 2001.

OUSTINOFF M., «Les 'Translations Studies' et le tournant traductologique», *Hermès 49, Traduction et Mondialisation*, CNRS, Paris 2007, pp. 21-28.

PAHUD S., «Approche sémiolinguistique des stéréotypes de genre présents dans le discours publicitaire consacré au tourisme chypriote», in BAIDER F., BURGER M., GOUTSOS D. (éds), *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité / Tourist communication. Discursive approaches to Identity and Otherness*, Actes du Colloque International, Université de Chypre, 11-12 octobre 2002, L'Harmattan, Paris - Budapest 2004, pp. 83-101.

PALAZZI M.C., «Friuli Venezia Giulia: una promozione turistica all'insegna dell'ospitalità e dell'unicità», *Rivista Internazionale di Tecnica della Traduzione / International Journal of Translation*, n. 11, Edizioni Università di Trieste, Trieste 2009, pp. 39-65.

PERELMAN C., OLBRECHTS-TYTECA L., *Trattato dell'argomentazione – La Nuova Retorica*, (Titolo originale: *Traité de l'argumentation – la Nouvelle rhétorique*, Presses Universitaires de France, Paris 1958), Einaudi, Torino 1966.

PEYRE C., RAYNOUARD Y., *Histoires et Légendes du Club Méditerranée*, Seuil, Paris 1971.

PLANTIN C., «Analyse et critique du discours argumentatif», in AMOSSY R., KOREN R., *Après Perelman*, L'Harmattan, Paris 2002, pp. 229-263.

PLANTIN C., DOURY M., TRAVERSO V., *Les émotions dans les interactions*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon 2000.

PLANTIN C., «L'argumentation dans l'émotion», *Pratiques*, n. 96, 1997, pp. 81-100.

PLANTIN C., *L'argumentation – Histoire, théories, perspectives*, coll. «Que sais-je?», Presse Universitaire de France, Paris 2005.

PLANTIN C., *Les bonnes raisons des émotions. Principes et méthode pour l'étude du discours émotionné*, coll. «Sciences pour la communication», n. 94, Peter Lang, Berne 2011.

PLANTIN C., «Les raisons des émotions», in BONDI M., *Forms of argumentative discourse / Per un'analisi linguistica dell'argomentare*, Clueb, Bologna 1998, pp. 3-50.

PLANTIN C., «On the inseparability of emotion and reason in argumentation», in WEIGAND E., *Emotions in Dialogic Interactions*, John Benjamins, Amsterdam 2004, pp. 265-276.

PODEUR J., *La pratica della traduzione. Dal francese in italiano e dall'italiano in francese*, Liguori Editore, Napoli 2002.

RABATEL A., «Écrire les émotions en mode empathique», *Semen*, n. 35, 2013, pp. 65-82.



RABATEL A., «Empathie et émotions argumentées en discours», *Le Discours et la langue*, n. 4-1, 2013, pp. 159-177.

RABATEL A., MONTE M., SOARES RODRIGUEZ M. (sous la direction de), *Comment les médias parlent des émotions. L'affaire Nafissatou Diallo contre Dominique Strauss-Kahn*, Lambert-Lucas, Limoges 2015.

REBOUL O., *Le slogan*, Editions Complexe, Bruxelles 1975.

RINN M., *Émotions et discours. L'usage des passions dans la langue*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes 2008.

RUWET N., «Être ou ne pas être un verbe de sentiment», *Langue française*, n. 103, Armand Colin, Paris 1994, pp. 45-55.

SANTULLI F., *Le parole del potere, il potere delle parole. retorica e discorso politico*, FrancoAngeli, Milano 2005.

SCARPA F., *La traduzione specializzata. Lingue speciali e mediazione linguistica*, Hoepli, Milano 2001.

SEGUELA J., *La publicité*, Les Essentiels Milan, Toulouse 1997.

SOBRERO A. (a cura di), *Introduzione all'italiano contemporaneo. La variazione e gli usi*, vol. 2, Laterza, Bari 1993.

SOBRERO A. (a cura di), *Introduzione all'italiano contemporaneo. Le strutture*, vol. 1, Laterza, Bari 1993.

SOBRERO A., «Lingue speciali», in SOBRERO A. (a cura di), *Introduzione all'italiano contemporaneo. La variazione e gli usi*, vol. 2, Laterza, Bari 1993, pp. 237-277.

SPAGNA M.I., «Voyage d'émotions à travers les slogans touristiques» in PAISSA P., RIGAT F., VITTOZ M.-B. (éds.), *Dans l'amour des mots. Chorale(s) pour Mariagrazia*, Edizioni dell'Orso, Alessandria 2015, pp. 231-243.

SPINDLER J. (éd.), *Le Tourisme au XXI<sup>e</sup> siècle*, coll. «Tourisme et société», L'Harmattan, Paris 2003.

VIALLO P., *La Méditerranée au risque de la communication touristique*, in BAIDER F., BURGER M., GOUTSOS D. (éds.), *La communication touristique. Approches discursives de l'identité et de l'altérité / Tourist communication*.

Maria I. Spagna

*Discursive approaches to Identity and Otherness*. Actes du Colloque International, Université de Chypre, 11-12 octobre 2002, L'Harmattan, Paris - Budapest 2004, pp. 191-201.

WALTON D., *The Place of Emotion in Argument*, The Pennsylvania State University press, University Park 1992.

WIERZBICKA A., *Emotions across languages and cultures: diversity and universals*, Cambridge University Press, Cambridge 1999.

Sono state consultate le seguenti brochure disponibili sul sito [www.clubmed.fr](http://www.clubmed.fr):

- *Destination Soleil annuelle 2015-2016*;
- *Circuits Découverte Printemps – Été 2015*;
- *Croisières Printemps - Été 2015*;
- *Sports d'Hiver 2014-2015*;
- *Destination Soleil annuelle 2014-2015*;
- *Circuits Découverte Hiver 2014-2015*;
- *Croisières Hiver 2014-2015*.

Da [www.clubmed.it](http://www.clubmed.it):

- *Tridente Destinazione Sole 2015-2016*;
- *Brochure Estate 2015*;
- *Tridente Destinazioni Neve 2014-2015*;
- *Brochure Golf*;
- *Brochure Business Incentive*.

Sono stati consultati anche vari documenti disponibili sul sito.

In particolare, dei “Communiqués de presse”, [www.clubmed-corporate.com/?cat=53](http://www.clubmed-corporate.com/?cat=53), i seguenti:

- *Lancement Trident annuel et interactif*, 10/12/2013;
- *Nouvelle campagne de marque du Club Med: une invitation à redécouvrir le bonheur à travers une allégorie joyeuse et élégante!*, 6/3/2014;

- *Lancement de la campagne Sports d'Hiver*, 8/10/2014;
- *Le site Club Med dévoile sa nouvelle page d'accueil: immersion en un clic!*, 6/11/2014;
- *Redécouvrez la brochure Club Med, version magazine*, 10/12/2014;
- *Club Med lance sa nouvelle campagne publicitaire pour l'été 2015*, 25/3/2015.

Dei “Dossiers de presse”, [www.clubmed-corporate.com/?cat=54](http://www.clubmed-corporate.com/?cat=54), i seguenti:

- *Les nouveaux Bonheurs by Club Med*, 15/6/2011;
- *Le Club Med lance une nouvelle campagne mondiale de marque*, 18/12/2012;
- *Nouveautés été 2015*, 5/12/2014.

Dei “Documents de référence”, in particolare sono stati citati:

- *Le Rapport d'activités 2007*: <http://www.clubmed-corporate.com/wp-content/uploads/2009/11/RAPPORT-DACTIVITE-2007-FR.pdf>;
- *Le Rapport Annuel 2014*: [www.clubmed-corporate.com/wp-content/uploads/2015/01/Rapport-Annuel-2014.pdf](http://www.clubmed-corporate.com/wp-content/uploads/2015/01/Rapport-Annuel-2014.pdf).

© 2015 Università del Salento

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

ISBN 978-88-8305-114-2 (print version)

e-ISBN 978-88-8305-115-9 (electronic version)

<http://siba-ese.unisalento.it>