



Università di Ain Shams
Facoltà di Lingue "Al-Alsun"
Dipartimento di Lingua Italiana

Tesi di Dottorato in Lingua Italiana

Intitolata

Figure retoriche nel linguaggio politico ed economico nella Stampa Italiana (dagli anni 2000)

Studio semantico e problemi di traduzione in Arabo

presentata da

NESMA MOHAMED HAFEZ IBRAHIM

Docente associata presso il Dipartimento d'Italianistica,
Facoltà di Lettere, Università di Helwan

Relatrice

Prof. ^{essa} SAWSAN ZEIN EL-ABEDIN

Ordinario di linguistica, presso il Dip. di lingua italiana,
Facoltà Al-Alsun, Università di Ain-Shams

Il Cairo-2012

Ringraziamenti

A compimento della presente opera vorrei esprimere la mia gratitudine ai miei cari genitori ed a mio caro marito per la loro collaborazione fattiva che mi ha indotto sempre a eseguire accuratamente la ricerca. E i loro incoraggiamenti ed il loro appoggio che mi hanno sempre spinto, finché ho potuto porre a termine il presente lavoro.

Vorrei ringraziare la prof. Sausan che ha visto nascere quest'opera fin da essere un manoscritto e che mi ha sempre appoggiato nel corso della mia ricerca con tanta pazienza e cura, fornendomi delle osservazioni e dei suggerimenti che mi sono stati preziosissimi, durante la fase di stesura dell'opera presente.

Un sentito ringraziamento va anche ai membri della commissione d'esame: il mio primo Professore e Maestro, il prof Saeed Salem Albagouri, al quale devo tanto la passione per la lingua italiana, e il prof. Hussein Mahmahmoud, Capo dipartimento, con la C maiuscola, del dipartimento d'Italiano alla facoltà di lettere università di Helwan. Ringrazio loro per aver accettato di partecipare alla commissione d'esame, soprattutto nel mese di Ramadan.

Dovrei ringraziare anche il prof. Luca Serianni, università di sapienza ed il prof. Eduardo Lombardo Vallauri, professore di linguista, Università Roma3; per il loro sincero apprezzamento dell'opera e le sue preziose osservazioni riguardanti la tesi presente.

Vorrei infine ringraziare di cuore tutti i presenti: parenti, professori, colleghi ed conoscenti.

INDICE

INTRODUZIONE	1
PRIMO CAPITOLO	
1. CLASSIFICAZIONE E CATALOGAZIONE DELLE FIGURE RETORICHE	7
1.1. Generalità.....	7
1.2. La Retorica	7
1.2.1. L'elocutio	8
1.2.2. Qualità "Virtù" Dell'espressione	9
1.3. Le Figure Retoriche (FR)	10
1.3.1. Definizioni.....	10
1.3.2. Semantica Delle FR.....	12
1.3.3. Funzione Argomentativa Delle FR	13
1.3.4. Funzione Espressiva Delle FR	14
1.3.5. Sistemi Di Classificazione Delle FR.....	15
1.3.5.1. I Metasememi.....	20
1.3.5.2. I Tropi.....	21
1.3.5.2.1. Definizione	21
1.3.5.2.2. Classificazione.....	22
1.4. La Metafora	25
1.4.1. Definizione	25
1.4.2. Natura E Meccanismo Di Creazione	27
1.4.3. Le Cataresi	28
1.4.4. Sviluppo E Seriazione Metaforica	29
1.4.5. Metafora E Similitudine	30
1.4.6. Grammatica Della Metafora.....	31
1.4.7. Effetto Argomentativo Della Metafora	32
1.4.8. Natura Analogica Della Metafora	34
1.5. La Metonimia	35
1.5.1. Definizione	35

1.5.2. Analisi Semantica Della Metonimia	38
1.6. La Sineddoche	40
1.6.1. Distinzione Tra Sineddoche E Metonimia	42
1.7. L’Iperbole	43
1.8. L’Ossimoro.....	46
1.9. L’Ironia	47
1.10. La Sinestesia	48

SECONDO CAPITOLO

2. STUDIO LESSICALE E ANALISI DELLE FIGURE RETORICHE NEL LINGUAGGIO POLITICO ED ECONOMICO.50

2.1. Generalità.....	50
2.1.1. Livelli D’analisi.....	52
2.2. Il Giornale Ed Il Suo Linguaggio	54
2.2.1. Caratterizzazione Del Linguaggio Giornalistico.....	56
2.2.2. Aspetti Linguistici	57
2.2.2.1. Testualità	57
2.2.3. Sintassi Del Periodo	62
2.2.3.1. Monoproposizionalità	62
2.2.3.2. Interpunzione	64
2.2.3.3. Lo Stile Nominale	65
2.2.4. Aspetti Morfosintattici	65
2.2.5. Aspetti Lessicali	66
2.3. Il Linguaggio Politico (LP)	73
2.3.1. Comprensibilità Del LP.....	74
2.3.2. Tratti Linguistico- Testuali Del LP	76
2.3.3. Aspetti Sintattici Del LP	77
2.3.4. Aspetti Lessicali Del LP.....	78
2.3.5. Retorica Del LP	84
2.4. Linguaggio Economico E Finanziario (LEF).....	91
2.4.1. Natura Della Pagina Economica	94
2.4.2. Caratteristiche Della Pagina Economica	96
2.4.2.1. Tecniche Del LE Dei Giornali	96

2.4.2.2. Aspetti Sintattici Del LE Dei Giornali.....	99
2.4.2.3. Aspetti Lessicali Del LE Dei Giornali	101
2.4.2.4. Aspetti Retorici Del LE Dei Giornali	107
2.4.2.4.1. La Metafora	109
2.4.2.4.2. L'Eufemismo.....	112
2.4.2.4.3. Forme Tecnicizzate E Altre Cristallizzate	1133
2.4.2.4.4. Altre Figure	114
2.4.3. LE E Lingua Comune.....	117

TERZO CAPITOLO

3. STUDIO APPLICATIVO DELLE FIGURE RETORICHE NELLA STAMPA ITALIANA E PROBLEMI DI TRADUZIONE..... 119

3.1. La Traduzione Interlinguistica	119
3.2. La Traduzione Giornalistica.....	120
3.2.1. Caratteristiche Della Traduzione Giornalistica	120
3.2.1.1 Velocità	120
3.2.1.2. Leggibilità	121
3.2.1.3. Uniformità Allo Stile Della Testata D' Arrivo	121
3.3. Processo Della Traduzione Delle Figure Retoriche	122
3.3.1. Scelta Delle Fonti E Dei Testi.....	122
3.3.2. Criteri Di Selezione Delle Figure Retoriche	122
3.4. La Metafora	123
3.4.1. Metafore Belliche	124
3.4.2. Metafore Animalesche	130
3.4.3. Metafore Della “Partita A Carte”	145
3.4.5. Metafore Della Medicina	153
3.4.10. Metafore Legati Ai Colori.....	174
3.4. La Similitudine	176
3.5. L'Ossimoro.....	178
3.5. L'Ironia	188
3.6. L'Iperbole	191
3.7. La Sinestesia.....	197
3.8. La Sineddochè	200

3.9. La Metonimia	202
CONCLUSIONI	212
BIBLIOGRAFIA	228

Introduzione

Il linguaggio figurato consiste nell'usare accorgimenti tecnici nella costruzione della proposizione o espressioni linguistiche improprie dal punto di vista della grammatica o immagini che solo per analogia sono riconducibili al fatto o al soggetto di cui si parla o si scrive. Questo si fa per dare vivacità, colore e sapore al discorso. L'uso del linguaggio figurato è facoltà istintiva nell'uomo ed è in stretto rapporto con l'estero, il talento, il gusto di chi parla o scrive. Tutti lo adoperiamo, con maggiore o minore spontaneità.

Il linguaggio figurato è tipico dell'essere umano. P.es. se si afferma una frase come questa: "l'interrogazione di grammatica è stata una frana", si è più espressivi di quando ci si limita a dire che "è andata malissimo". In altri termini ricorriamo notevolmente a questi trasferimenti spontanei di significato da un senso proprio a uno figurato di singole parole o di intere espressioni linguistiche astratte o generiche, al fine di ottenere un maggiore effetto emotivo dato dalla presenza di un'immagine di fantasia.

Ma c'è di più e di peggio. Non è raro sentire ancora oggi i grammatici sostenere che il linguaggio figurato è più istintivo e spontaneo del cosiddetto "parlar proprio", in quanto l'uomo, quanto più è semplice e primitivo, tanto più vive di sentimento e fantasia che di ragione.

"Questo modo di "ragionare" purtroppo è alquanto "primitivo", poiché pecca di quella supponenza tipica delle società industrializzate, basate, ingenuamente, su affermazioni chiare e distinte, che educano all'illusione di credere in una migliore comunicazione là dove la razionalità non è frutto di saggezza popolare plurisecolare, ma la risultante di operazioni formalmente logiche ma astratte."¹

Purtroppo le grammatiche ad uso scolastico, quando danno le definizioni delle figure retoriche, non le collegano mai a una storia della comunicazione, mostrando p.es. come esse siano nate e come siano

¹ <http://spazioinwind.libero.it/grammatica/linguaggio.htm>

scomparse, non indicano neppure i limiti dovuti a un loro abuso. I grammatici si limitano semplicemente a dire che le parole o le espressioni linguistiche possono avere due significati: letterale e simbolico, e che le figure retoriche si riferiscono esclusivamente a questo secondo significato.

In realtà le cose non sono proprio così semplici. È vero che le parole possono avere un significato letterale o, come dicono i grammatici, *denotativo*, ed è altresì vero che le stesse o altre parole possono avere un significato simbolico-figurato o *connotativo*, ma è anche vero che spesso è solo questione di *percezione*; cioè un emittente può usare un'espressione che in teoria andrebbe compresa secondo un significato letterale, e invece il ricevente la percepisce secondo un significato simbolico, o viceversa.

Non esiste una regola precisa che indichi quando un'espressione o anche una semplice parola debba essere univocamente intesa in un senso o nell'altro. La decisione a favore di un significato o dell'altro non dipende dalle parole in sé ma dalla *relazione* che s'instaura tra due interlocutori (che rappresentano l'unità minima della comunicazione umana).

Se io dico, in un negozio di abbigliamento: "Mi piace quella giacca verde", e ho vicino a me il presidente leghista di una banca, che potrebbe favorirmi per un'assunzione in prova, posso anche pensare che detto presidente sia disposto a interpretare la mia preferenza non solo in senso letterale (mi piace il verde sopra ogni colore oppure rispetto a quelli disponibili nel negozio), ma anche in senso simbolico (voglio fargli capire, indirettamente, che condivido le sue idee o che di me si può fidare).

L'interpretazione figurata della parola "verde" ha qui chiaramente un riferimento alla politica, ma esistono molteplici possibilità di significati ambivalenti anche in riferimento alla sessualità, alla religione e in genere a tutti quei campi della personalità umana in cui giocano un ruolo di primo piano elementi ideologici, spirituali, etici, psicologici ecc.¹

Per scrivere sui giornali basta sapere un po' di medicina: "diagnosticato un ulteriore collasso della lira, favorito anche dalla sclerosi della nostra economia, il governo ha predisposto una terapia d'urto che freni l'emorragia di valuta". Un po' di geometria: "Sentita la base, si è tenuta una riunione al vertice per allargare il raggio d'azione dell'area democratica". Un po' di automobilismo: "Uscito dalla fase di rodaggio, il governo farà un'energica sterzata premendo l'acceleratore delle riforme".²

¹ <http://www.homolaicus.com/linguaggi/grammatica/fr-premessa.htm>

² <http://www.gallito.eu/2009/03/17/linguaggio-dei-giornali/>

Sfogliando le pagine di un qualunque quotidiano è facile notare che il linguaggio giornalistico tende sempre più all'uso di espressioni "brillanti" e "vivaci". Numerosi sono gli artifici retorici utilizzati a tal fine dai giornalisti. Il presente lavoro si occupa appunto delle figure retoriche nel linguaggio giornalistico, in particolare in quello della carta stampata.

Studi recenti hanno stimato l'uso medio di figure retoriche in 4 per ogni minuto di parlato, per un totale di circa 21 milioni di figure retoriche utilizzate nel corso di una vita media. Per secoli ad occuparsi di studi sulla metafora sono stati soprattutto specialisti di linguaggio poetico e letterario e tutt'al più filosofi che la consideravano un ornamento occasionale della superficie dei discorsi:

"Quando dici 'il cielo piange', che cosa vuoi dire?"

"Che sta piovendo."

"Ah sì...bravo. Questa è una metafora"

"Quando dici "Il mercato ha preso il volo", "Non ti arrampicare sugli specchi", "Quel ragazzo ha la coda di paglia", "Sono imbottigliata nel traffico" ecc. Le espressioni appena citate sono tutti esempi di espressioni metaforiche che, senza dubbio, ad ognuno di noi capiterà spesso di utilizzare nel normale linguaggio quotidiano.¹

Lo stesso vale per le metonimie e le sineddoche come trasferimenti semantici: per esempio, *il Quirinale* (per il presidente o la presidenza della Repubblica); *Palazzo Chigi* (per il presidente del consiglio); *la casa Bianca* (per il presidente degli Stati Uniti); *il Cremlino* o *Londra* o *Pechino* (per i governi dell'URSS, della Gran Bretagna o della Cina), ecc.²

Scelfo afferma che se l'autore sceglie un dato termine, lo fa perché vuol dire qualcosa di più; dall'altro, fa notare che "il lettore-storico coglie precisamente quel più che gli consente l'interpretazione."³

Infine, Lakoff e Johnson⁴, l'uno linguista, l'altro filosofo, hanno segnato una svolta nello studio del problema della metafora. Entrambi rifiutano, infatti, l'impostazione che considerano come puro ornamento del discorso, come abbellimento della forma, e dimostrano come, invece, sia soprattutto una forma del pensiero, un meccanismo fondamentale del nostro linguaggio quotidiano e del nostro funzionamento cognitivo.

¹ [http://www.tesononline.com/intl/preview.jsp?idt=21642](http://www.tesionline.com/intl/preview.jsp?idt=21642)

² Cfr. Faustini, Gianni, *Le tecniche del linguaggio giornalistico*, Carocci, Roma, 2001, p.172.

³ http://cvc.cervantes.es/literatura/aispi/pdf/16/16_243.pdf Maria Grazia Scelfo, università di Bologna

⁴ Cfr. Lakoff, G.-Johnson, M., *Metaphors We Live By*, tr.it. *Metafora e vita quotidiana*, Milano, Bompiani, 1998, pp. 194-208.

La tesi è strutturata nel modo che segue:

Capitolo 1. Vengono presentate le principali correnti di studi che si sono occupate delle figure retoriche. Nonostante l'utilità delle analisi descrittive, ciò di cui si sente maggiormente la mancanza, è senza dubbio un'analisi di tipo teorico. Il primo capitolo ripercorre brevemente la storia di queste affascinanti figure retoriche.

Orientativamente, le figure retoriche possono essere suddivise in tre macro categorie: di contenuto (p.es. antitesi, ossimoro, prosopopea, ironia, perifrasi, eufemismo, litote, iperbole ecc.), di forma (p.es. apostrofe, epifonema, preterizione, reticenza, gradazione, chiasmo, iperbato, anafora, epistrofe ecc.) e grammaticali (p.es. prostesi, epentesi, metatesi, epitesi, asindeto, polisindeto, zeugma, ellissi, pleonasmo, enallage, ipallage, anacoluto, sillessi, prolessi ecc.). Queste ultime sono particolarmente artificiose, inventate dai poeti come mero abbellimento stilistico, al di là dell'autentico atto creativo, usate più che altro per necessità di rima o come licenza poetica.

Altro tipo di suddivisione proposto dai grammatici è il seguente: figure linguistiche e figure stilistiche. Le prime riproducono un rapporto di somiglianza, frutto di una libera scelta espressiva (le due immagini sono esattamente sullo stesso piano logico, come nel caso, p.es. della metafora, dell'allegoria, della similitudine ecc.). Le seconde, invece, meno importanti, pongono un rapporto spontaneo di dipendenza tra le due immagini, dettato da esigenze di brevità (come nel caso della metonimia, della sineddoche, della antonomasia, della prosopopea ecc.).

Quando poi la figura nasce dalla disposizione delle parole nel discorso, acquistando un aspetto che interessa il colorito della frase, si parla di figure di costrutto, come il raddoppiamento, l'anafora, il chiasmo, l'asindeto, il polisindeto ecc.

Capitolo 2. A partire dalle caratteristiche generali delle lingue specialisti, vengono considerati gli strumenti utili per l'analisi del linguaggio giornalistico. Individualmente, abbiamo preso in esame il linguaggio della pagina politica e quella economica.

Capitolo 3. Comprende l'analisi della presenza delle figure retoriche nello specifico contesto del linguaggio giornalistico politico e quello economico. Numerosi sono gli artifici retorici utilizzati dai giornalisti. Tra questi, ne abbiamo scelto in particolare le figure che svolgono un ruolo assai rilevante.

Riportiamo la dichiarazione di Quintiliano riguardante i tropi: “ [...] i grammatici sostengono tra loro e coi filosofi un’interminabile discussione sui generi, sulle specie, sul numero e sulla loro interdipendenza”¹. Ne tratteremo quelli più necessari e più usati nel linguaggio politico e quello economico.

Per questo l’analisi si sofferma su specifiche figure come la metafora, la metonimia, la sineddoche, l’ossimoro, l’iperbole, la sinestesia e la similitudine. A proposito della metafore, a causa della sua invadente presenza nella pagina politica e quella economica, vengono considerate le principali sfere iconiche, dallo sport alla medicina, alla guerra. In altri termini, le metafore raccolte nel quotidiano preso in esame sono state ricondotte a diverse categorie (sport, guerra e tattica militare, medicina, automobilismo, animali, teatro, spettacolo, altre).

Nel trattamento di alcuni usi figurativi del linguaggio politico e quello economico italiano, i documenti utilizzati sono attinti da articoli del quotidiano maggiore (*Corriere della Sera* [“CS”])² e del supplemento *Corriereconomia*, che è un inserto settimanale specializzato nell’economia. Ciò rappresenta la straordinaria crescita dell’interesse per l’informazione economica e finanziaria che è uno degli aspetti più importanti nelle vicende dei media in Italia.³

Ho scelto il *Corriere della Sera* perché si considera in testa dei quotidiani più diffusi in Italia, è uno dei quotidiani più forti in Italia, e si conferma come il quotidiano più letto.⁴

Il linguaggio giornalistico è ricco di traslati e altre figure retoriche. Le figure retoriche non dovrebbero essere usate con eccessiva leggerezza o addirittura in modo inconsapevole. Esse inevitabilmente introducono un elemento di oscurità linguistica, che è compensata solo da un vantaggio maggiore⁵; nel senso che le metafore giornalistiche servono per velocizzare le comunicazioni e renderla più vivace o memorizzabile.⁶

¹ Garavelli, Bice, Mortara, *Manuale di retorica*, Bompiani, Milano, 2003, p. 143.

² Murialdi tratta la redazione del “*Corriere della Sera*”, il gruppo direzionale, il numero complessivo delle pagine, e la fabbricazione del giornale. Cfr. Murialdi, Paolo, *Il giornale*, III ed., Il Mulino, Bologna, 2006, pp. 62-3.

³ Ivi, p. 39

⁴ Ivi, pp. 33-4.

⁵ <http://www.scuola.com/comesisscrive/lingio14.html>

⁶ <http://www.visivagroup.it/showthread.php?t=12073>

Le espressioni retoriche ritratte da me subiscono l’operazione di traduzione in arabo, per lo scopo di verificare i problemi causati durante la traduzione.

Abbiamo cercato di evitare molte delle metafore che si sono ormai radicate in modo talmente forte nell’uso comune (non solo specialistico) che il loro valore metaforico è scarsamente sentito, per cui hanno raggiunto lo stato di “metafore morte”

Perché deve esserci problemi di traduzione delle figure retoriche? Semplicemente perché il traduttore si trova quasi sempre a dover operare un difficile compromesso tra la sua libertà¹ di migliorare la forma dell’originale e i vincoli derivanti dalle norme e convenzioni della lingua e della cultura di arrivo che è nel nostro caso dall’italiano all’arabo. Nella maggior parte delle volte ho trovato impossibile tradurre le figure retoriche sulla base di corrispondenze uno- a- uno normalmente accettate per via di norme lessicali, morfosintattiche o idiomatiche che sono contrastanti nelle due lingue.

¹ La libertà del traduttore di fare le modifiche ritenute essenziali per migliorare la sua versione deriva dal fatto che la traduzione specializzata può essere considerata come un tipo particolare di operazione di modifica testuale. Scarpa, Federica, *La traduzione specializzata*, lingue speciali e mediazione linguistica, Hoepli Editore, Milano, 2001, p.107.

1. CLASSIFICAZIONE E CATALOGAZIONE DELLE FIGURE RETORICHE

1.1. Generalità

Nel presente capitolo si cercherà di dare un resoconto descrittivo di ciò che si intende per figure retoriche e la sua funzione espressiva. Innanzitutto, riterremo adeguato accennare alla disciplina della retorica. L'intento descrittivo non escluderà riferimenti di carattere storico.

Attirare e cercare di mantenere l'attenzione del *destinatario* non è tipico della poesia, ma di ogni *atto* comunicativo da un discorso politico o economico ad un articolo di giornale, alla conversazione di tutti i giorni.

Le *figure retoriche* non servono solo ad abbellire un *contenuto* già dato, ma contribuiscono a costruire un *contenuto* diverso. Come detto in precedenza, concetti come *significante* e *significato*, *espressione* e *contenuto*, *processo* e *sistema* sono strettamente interrelati e non si può alterare o aggiungere elementi ad un piano del linguaggio senza influire anche sull'altro.

“Fin dall’antichità, e verosimilmente da quando l’uomo ha cominciato a meditare sul linguaggio, si è riconosciuta l’esistenza di alcune forme expressive fuori dell’ordinario, il cui studio fu generalmente incluso nei tratti di retorica, ragione per cui essi hanno preso il nome di figure retoriche”. In seguito alla tendenza della retorica a limitarsi ai problemi di stile e di espressione, le figure furono considerate sempre più come “semplici ornamenti, atti a rendere lo stile artificioso e fiorito.[...] l’opinione comune fra i teorici del discorso persuasivo è quella di Quintiliano, secondo il quale le figure sono indubbiamente un importante fattore di varietà e di convenienza, ma poco, alla prova, che gli argomenti siano presentati sotto l’una o l’altra figura.”¹

1.2. La retorica

Reboul² divide in quattro parti la retorica: “invenzione”, “disposizione”, “elocuzione”, “azione”. Per “parti” si intendono le fasi necessarie della genesi del discorso.

¹ Perelman, Chaïm, Tytca- Luice Olbrechts, *Trattato dell’argomentazione*, la nuova retorica, voll. I e II, Einaudi, Torino, 1982, p. 176.

² Cfr. Reboul, Olivier, *La retorica*, Il Castoro, Milano, 2004, pp. 18-24.