

UNIVERSITÀ „BABE -BOLYAI”
CLUJ-NAPOCA
FACOLTÀ DI LETTERE
CATTEDRA DI LINGUA ROMENA E LINGUISTICA GENERALE

TESI DI DOTTORATO

ANALISI DEL DISCORSO
ECONOMICO NELLA STAMPA
SCRITTA ROMENA E ITALIANA

Relatore:
Prof.Univ. Dr. Elena DRAGO

Dottorando:
Assist.univ.Dana Feurdean

Cluj-Napoca
2010

INDICE TESI

0. INTRODUZIONE	1
<u>CAPITOLO I</u>	
LINGUAGGI SPECIALISTICI IN ROMENO E ITALIANO. DISCORSO SPECIALISTICO. DISCORSO DI DIVULGAZIONE DEI LINGUAGGI SPECIALISTICI	2
A. Dallo stile funzionale al discorso professionale	3
1. Linguaggi specialistici in romeno e italiano. Complessità terminologica. Approcci teorici, definizioni e accezioni nelle due lingue	3
1.1. Stile funzionale/linguaggio - denominazioni utilizzate nella lingua romena.....	3
1.2. Prospettive di approccio dello stile funzionale nella linguistica italiana.....	5
1.2.1. Prospettiva sociolinguistica.....	6
1.2.2. Prospettiva pragmatica.....	7
1.2.3. Prospettiva glottodidattica.....	7
1.3. Accezioni dei linguaggi specialistici e osservazioni concernenti la denominazione dei linguaggi specialistici nella linguistica italiana.....	8
1.3.1. Accezioni dei linguaggi specialistici nell' approccio sociolinguistico e in quello pragmatico	8
1.3.1.1. Sottocodici.....	8
1.3.1.2. Lingue speciali.....	10
1.3.1.3. Linguaggi settoriali.....	11
1.3.1.4. Tecnoletti.....	11
1.3.2. Accezioni dei linguaggi specialistici nell' approccio glottodidattico	12
1.3.2.1. Microlingue.....	12
1.3.2.2. Linguaggi specialistici.	12
1.4. Conclusioni relative alle denominazioni dei linguaggi specialistici e la scelta della denominazione per la nostra tesi.....	13
1.4.1. Problema della dicotomia lingua/linguaggio nella denominazione dei linguaggi specialistici.....	14
1.4.2. Linguaggio economico e linguaggio giornalistico- linguaggi specialistici?	16
1.4.2.1. Linguaggio giornalistico.....	16
1.4.2.2. La dimensione verticale del linguaggio economico.....	17

B. Considerazioni concernenti il <i>discorso professionale</i>	20
1. Dai tentativi di definire i linguaggi specialistici ad un approccio complesso.....	20
1.1. Le tappe delle ricerche dei linguaggi specialistici e gli inizi <i>dell'analisi del discorso specialistico e del discorso professionale</i>	20
1.2. Aspetti del <i>discorso specialistico</i> e del <i>discorso professionale</i>	24
1.3. Tipologia del <i>discorso professionale</i>	25
2. Discorso/testo.	26
3. Principi di testualizzazione. Tipologie testuali.....	31
4. Conclusioni capitolo I.....	35

CAPITOLO II

GENERI DI DISCORSO. SOTTOGENERI GIORNALISTICI. LINGUAGGIO ECONOMICO E DISCORSO GIORNALISTICO ECONOMICO. LIVELLI DI ANALISI	36
1. Brevi cenni storici sul giornalismo economico romeno e italiano.....	37
2. Stato attuale delle ricerche relative al linguaggio economico e il quadro teorico della tesi.....	42
3. <i>Generi di discorso e sottogeneri giornalistici</i>	44
3.1. Osservazioni sui cosiddetti “generi” giornalistici.....	44
3.1.1. Definizioni e accezioni dei <i>generi del discorso</i>	44
3.1.2. <i>Sottogeneri giornalistici</i>	47
3.1.2.1. Accezioni dei <i>sottogeneri</i> nei lavori di giornalismo.....	47
3.1.2.2. <i>Sottogeneri giornalistici</i> nelle ricerche dell'analisi del discorso.....	50
3.2. Conclusioni relative ai “generi”	54
3.3. <i>Sottogeneri giornalistici</i> nella stampa economica.....	56
3.4. La notizia economica.....	61
3.4.1. Influenza reciproca “notizia”-“pubblico”	62
3.4.2. La funzione della notizia economica: informazione e interpretazione.....	64
3.4.3. Il problema della fonte dell'informazione nella notizia economica.....	65
3.4.4. I temi della notizia economica.....	68
3.4.5. La struttura testuale della notizia economica.....	68
3.4.6. Il <i>lead</i> della notizia economica.....	70
3.4.6.1. Tipologia del <i>lead</i>	70
3.4.6.2. Il paratesto con funzione di <i>lead</i> nella notizia economica.....	74
3.4.7 Dimensione e tipologia della notizia economica.....	76
3.4.7.1. Notizie semplici.....	76
3.4.7.2. Notizie complesse.....	78
3.4.7.2.1. Analisi comparativa delle notizie che riferiscono lo stesso evento.....	79

3.4.7.2.1.1. La notizia economica della stampa specialistica/la notizia economica della stampa generalista.....	79
3.4.7.2.1.1.1. Stampa romena.....	79
3.4.7.2.1.1.2. Stampa italiana.....	86
3.4.7.2.1.2. La notizia economica della stampa specialistica romena vs. la notizia economica della stampa specialistica italiana.....	90
3.4.8. La questione dell'obiettività.....	90
3.4.8.1. L'impatto dei conflitti d'interessi sulla notizia.....	91
3.4.8.2. "Obiettività" giornalistica/"obiettivismo" giornalistico.....	92
4. Il discorso economico della stampa scritta quale discorso specifico. Livelli di analisi del discorso.....	97
4.1. Struttura del corpus.....	97
4.2. Livelli di analisi.....	98
4.2.1. Livello lessicale.....	98
4.2.1.1. Rideterminazione semantica e specificità nozionale.....	98
4.2.1.2. Termini tecnici ripresi da altri linguaggi specialistici.....	101
4.2.1.3. Anglismi nel discorso economico.....	101
4.2.1.3.2. Pseudoanglismi nel discorso economico romeno.....	106
4.2.1.4. Termini tecnici da diverse origini.....	108
4.2.1.5. Prestiti neologici e calchi recenti.....	108
4.2.1.5.1. Neologismi formati con l'aiuto dei prefissi.....	108
4.2.1.5.1.1. Termini e prefissoidi.....	110
4.2.1.5.2. Neologismi formati con l'aiuto dei suffissi.....	112
4.2.1.5.3. L'apparizione di alcuni termini nel nuovo contesto della realtà economica.....	112
4.2.1.6. Sigle nel discorso economico.....	113
4.2.1.7. Collocazioni specialistiche nel discorso economico.....	116
4.2.1.7.1. Definizioni e accezioni delle collocazioni.....	116
4.2.1.7.2. La struttura delle collocazioni.....	119
4.2.1.7.3. Anglicismi-collocazioni.....	120
4.2.1.7.4. False collocazioni economiche nella stampa	122
4.2.2. Livello morfosintattico.....	123
4.2.3. Livello testuale.....	125
4.2.3.1. Discorso economico della stampa scritta- "prodotto" dell'abbinamento tra «sottocodici» e lingua comune.....	125
4.2.3.2. La recontestualizzazione.....	126
4.2.3.3. Procedimenti di depersonalizzazione del discorso	128
4.3. Conclusioni capitolo secondo.....	131

CAPITOLO III

LIVELLO DISCORSIIVO. MECCANISMI E STRATEGIE DISCORSIIVE DEL DISCORSO ECONOMICO DELLA STAMPA SCRITTA133

Quadro teorico e metodologico. Contratto di comunicazione e strategie discorsive.....134

A. MECCANISMO DISCORSIIVO-ENUNCIATIVO.....138

1. Spunti teorici.....139

1.1. Dialogismo. Polifonia. Interdiscorso.....139

1.1.1. Interazione discorsiva.....142

1.1.2. Ripetizione polifonica e discorso ripetuto.....143

1.1.3. Marcatori discorsivi.....144

2. Titoli giornalistici e discorso economico.....146

2.1. Osservazioni relative alla tipologia dei titoli.....147

2.2. Esempificazione dei titoli a seconda degli approcci semiotici.....150

2.2.1. Titoli narrativi.....150

2.2.1. Titoli iconici.....152

2.2.2. Titoli patemici.....152

2.2.3. Titoli interpretativi (o interpretativo-cognitivi).....153

2.3. Funzioni dei titoli.....153

2.3.1. Titolo quale testo.....153

2.3.2. Titolo quale **pretesto**, **metatesto**, **intertexto**.....154

3. Metafora e discorso economico.....156

3.1. Osservazioni relative al processo della metaforizzazione.....156

3.1.1. Metafora: dalla figura retorica allo «strumento» di pensiero.....157

3.1.1.1. Alcuni approcci teorici della metafora.....157

3.1.1.1.1. Approccio cognitivo della metafora (Lakoff e Johnson 1980)...159

3.1.2. Gradualità delle metafore.....163

3.2. Scienza e tipologia delle metafore.....164

3.2.1. Metafore e linguaggio economico.....166

4. Interazione discorsivo-metaforica nei titoli giornalistici della stampa economica.....170

4.1. Strategie discorsive nei titoli-una prova di classificazione dei titoli a seconda di certi criteri pragmatici.....172

4.1.1. «Segnali» discorsivi “espliciti” nei titoli.....172

4.1.1.1. Titoli introdotti dai connettori pragmatici «e»/« i », «ma»/«dar»...172

4.1.1.2. Titoli introdotti da altri connettori pragmatici.....174

4.1.1.3. «Segnali» discorsivi interrogativi ed esclamativi nei titoli.....174

4.1.1.4. Discorso riportato quale «segnale» discorsivo nei titoli della stampa

economica.....	176
4.1.2. «Segnali» discorsivi “ “impliciti”.....	177
4.1.2.1. ««Segnali» polifonici ed intertestuali.....	177
4.1.2.2. ««Segnali» discorsivi metaforici.....	185
4.1.2.2.1. Metafora della lotta o della guerra.....	186
4.1.2.2.2. Metafora sportiva.....	188
4.1.2.2.3. Metafora del volo.....	188
4.1.2.2.4. Metafora del crollo e dell'affondamento.....	188
4.1.2.2.5. Metafora della salute.....	189
4.1.2.2.6. Metafora del viaggio.....	190
4.1.2.2.7. Metafora animale.....	191
5. Conclusioni riguardanti il terzo capitolo (A) e alcune considerazioni relative alle applicazioni didattiche nell'insegnamento del linguaggio economico sulla base del quotidiano.....	193
B. MECCANISMO DISCORSIVO-ARGOMENTATIVO.....	201
1. Introduzione.....	202
2. Argomentazione e discorso economico.....	204
2.1. Discorso economico della stampa scritta: <i>discorso apodittico, argomentativo e persuasivo</i>	206
2.1.1. Accezioni e approcci della dimostrazione (brevi osservazioni).....	207
2.1.2. „Convictio” e „persuasio” nel discorso economico.....	209
2.2. La struttura argomentativa della notizia economica.....	213
2.2.1. Modalità di esposizione e modalità verbali.....	215
2.3. Lessico ausiliare dell'argomentazione (Stati 2002).....	217
2.3.1. «Indicatori de forza» (Lo Cascio 1991) nel discorso economico.....	219
2.3.1.1. Indicatori che introducono il macroargomento	219
2.3.1.2. Indicatori che introducono un argomento.....	220
2.3.1.3. Indicatori che introducono la tesi o la conclusione (“conclusivi”)	222
2.3.1.4. Indicatori che introducono la regola generale (“generalizzatori”)	224
2.3.1.5. Indicatori che introducono la modalità o il qualificatore (“modali”)	226
2.3.1.6. Indicatori che introducono la fonte, l'autorità (“garanti”)	227
2.3.1.7. Indicatori che introducono la riserva (“di relativizzazione”)	228
2.3.1.8. Indicatori che introducono un rinforzo per la giustificazione (“di rinforzo”)	228
2.3.1.9. Indicatori che introducono una contro-opinione (“alternativi”)	230
2.3.2. Funzione discorsivo-argomentativa degli «indicatori», l'orientamento dell'enunciato e la dinamica dell'argomentazione.....	232
2.4. Tipi di argomenti nel discorso economico.....	245
2.4.1. Argomenti quasilogici.....	246
2.4.1.1. Argomento basato sulla definizione.....	246

2.4.1.2. Argomenti basati sul paragone.....	247
2.4.1.2.1. Argomento del paragone o del confronto.....	247
2.4.1.2.1.1. Argomento del paragone metaforico.....	248
2.4.1.2.2. Argomento della differenziazione.....	249
2.4.1.3. Argomento della probabilità.....	249
2.4.2. Argomenti basati sulla struttura del reale.....	250
2.4.2.1. Il nesso causale.....	250
2.4.2.2. Argomento pragmatico.....	251
2.4.2.3. Argomento della direzione.....	251
2.4.2.4. Argomento d'autorità.....	252
2.4.3. Argomenti miranti a fondare la struttura del reale.....	253
2.4.3.1. Argomenti basati su “caso particolare”.....	253
2.4.3.1.1. Argomento dell'esempio.....	253
2.4.3.1.2. Argomento dell'illustrazione.....	255
2.4.3.1.3. Argomento del modello.....	255
2.4.3.2. Argomenti basati sull'analogia.....	259
2.4.3.2.4. Argomento della metafora.....	259
2.4.3.1.5. Argomento dell'analogia.....	260
3. Giustificazione. Argomentazione. Spiegazione. Causa.....	262
3.1. La giustificazione.....	262
3.2. Spiegazione e riformulazione argomentativa.....	263
3.2.1. Tipi di parafrasi esplicativi.....	264
3.2.1.1. Parafrasi introdotte dai connettori con funzione esplicativa.....	264
3.2.1.2. Parafrasi introdotte dai verbi.....	267
3.2.1.3. Parafrasi parentetica.....	270
3.2.1.4. Parafrasi apositiva.....	272
3.2.1.5. Parafrasi anteposta con ruolo denominativo.....	273
3.2.2. Specificità della riformulazione nel discorso economico.....	274
3.2.3. Sequenze argomentative e scopo illocutivo della riformulazione.....	278
3.3. Dimensione pragmatica dell'anafora e dello stile nominale nel discorso economico.....	278
3.4. Espressione del rapporto di causalità. Analisi contrastiva (ro-it) dei mezzi linguistici impiegati per esprimere rapporti di causalità nei commenti economici.....	284
4. Argomentazione e narratività nel discorso economico.....	296
4.1. Narrazione e giornalismo. Pretesto.....	298
4.2. Narrazione e narratività	298
4.3. Accezioni della narrazione nei lavori di giornalismo	301
4.4. Indizi di narratività.....	304
4.5. La narrazione economica e i suoi personaggi.....	304

4.6. Ruolo argomentativo delle strategie narrative e descrittive del discorso economico.....	309
4.6.1. „Messa in scena” della notizia economica.....	309
4.6.2. Strategie narrative e descrittive nel “evento commentato” della stampa economica	319
5. Conclusioni capitolo III.B.....	337
IV.CONCLUSIONI GENERALI.....	342
V. BIBLIOGRAFIA GENERALE.....	348
VI. ALLEGATI.....	369

PAROLE CHIAVI:

- ✓ stile funzionale;
- ✓ linguaggio specialistico;
- ✓ linguaggio di divulgazione;
- ✓ discorso economico;
- ✓ generi di discorso;
- ✓ sottogeneri giornalistici;
- ✓ notizia economica;
- ✓ tipologia testuale;
- ✓ spettacolarizzazione della notizia;
- ✓ strategie discorsive;
- ✓ narratologia, narrazione;
- ✓ coenunciatore;
- ✓ intertestualità;
- ✓ ripetizione polifonica;
- ✓ discorso ripetuto;
- ✓ metafora cognitiva;
- ✓ eufemismo, litote, ironia;
- ✓ connettori;
- ✓ argomentazione.

RIASSUNTO

Il presente lavoro verte *sull'analisi del discorso economico nella stampa romena e italiana*, mirando a stabilire i tratti caratteristici e distintivi di un tale discorso *a vari livelli: lessicale, morfosintattico, testuale e discorsivo (discorsivo – enunciativo, discorsivo - argomentativo)*.

Per raggiungere questo obiettivo abbiamo eseguito la nostra analisi su un **corpus di testi ripresi dalle pubblicazioni economiche** (sono state consultate circa 150 pubblicazioni) nel periodo **2007 – 2009**, testi che vertono su problemi micro e macroeconomici. Gran parte degli articoli analizzati sono collegati al fenomeno della crisi economico-finanziaria, che si è manifestato tanto in Italia, quanto in Romania.

I testi sono stati selezionati dai quotidiani e dai settimanali specializzati: romeni (specialmente *Ziarul Financiar, Financiarul, Capital, S pt mâna Financiar* , ma nelle analisi e nella classifiche riguardanti i titoli si è accennato anche ad altri quotidiani) e ***italiani*** (la maggior parte dei testi che formano il nostro corpus di articoli sono ripresi dal più grande quotidiano economico italiano *Il Sole 24 Ore*, con incursioni, per quanto riguarda le analisi e le classifiche concernenti i titoli anche in altre pubblicazioni economiche, come *Italia Oggi, Milano Finanza*). Si noti che, in parallelo, sono stati analizzati, a fine comparativo, anche alcuni articoli di economia tratti dalla ***stampa generalista*** per stabilire i **caratteri specifici del discorso economico della stampa specializzata**.

Dato che tutte le pubblicazioni economiche menzionate hanno anche un'edizione online, abbiamo fatto ricorso frequentemente ad esse per la scelta degli esempi. Ci teniamo a precisare che non abbiamo preso in considerazione le pubblicazioni online che non hanno anche una edizione stampata.

Il principale quadro teorico della tesi è rappresentato **dall'analisi del discorso** e dalla **pragmatica**. Data la complessità dell'argomento e dell'analisi, è stato necessario, tuttavia, prendere in considerazione anche i contributi provenienti dalle ricerche sui linguaggi specialistici e sulla lingua dei giornali.

CAPITOLO I

LINGUAGGI SPECIALISTICI IN ROMENO E ITALIANO.

DISCORSO SPECIALISTICO. DISCORSO DI DIVULGAZIONE DEI LINGUAGGI SPECIALISTICI

Nella **prima parte del primo capitolo** della tesi (*Dallo stile funzionale al discorso professionale*) si è evidenziata la complessità della terminologia riguardante la denominazione dei *linguaggi specialistici* in romeno e italiano. Se in romeno le *varietà culturali della lingua* oppure le *varietà diastratiche* sono conosciute nelle ricerche romene con la denominazione di *stili funzionali* o *linguaggi*, nelle ricerche italiane incontriamo una terminologia diversificata che riflette, le varie prospettive di approccio. L'**approccio sociolinguistico** e l'**approccio pragmatico** che veicolano denominazioni come *sottocodici*, *lingue speciali*, *linguaggi settoriali*, *tecnoletti* e l'**approccio glottodidattico** all'interno del quale ritroviamo denominazioni come *microlingue*, *linguaggi specialistici*. L'exkursus bibliografico riguardante la terminologia esistente ci ha aiutato a classificare il *linguaggio giornalistico* in quanto *linguaggio settoriale* oppure *linguaggio specialistico in senso ampio* (si veda 1.4.2.1.), e il *linguaggio economico* in quanto *linguaggio specialistico*, il quale deve essere guardato nella sua **dimensione verticale** (Cortelazzo 1990), dal momento che *al suo interno si possono distinguere più livelli di complessità linguistica: livello intraspecialistico, interspecialistico, pedagogico e popolare*.

Dopo la discussione terminologica sui *linguaggi specialistici* ci si è orientati verso un approccio complesso al linguaggio economico della stampa scritta, che tenesse conto **della dimensione verticale del linguaggio economico, la quale presuppone un'analisi in base ai tratti linguistici delle tipologie testuali e del rapporto emittente – ricevente. La nostra ricerca si è collocata dunque nella sfera dell'analisi del discorso specialistico**. Per questa ragione abbiamo considerato necessaria anche una breve rassegna delle tappe delle ricerche sui linguaggi specialistici e in particolare sull'*analisi del discorso specialistico*, portando all'attenzione il controverso problema riguardante i concetti di 'testo' e 'discorso', e menzionando alcuni principi di testualizzazione e alcune tipologie testuali.

In seguito alle osservazioni presentate nel primo capitolo della tesi, abbiamo sostenuto che il *discorso economico (DE) della stampa scritta romena e italiana* può

essere considerato sia come *discorso di divulgazione del linguaggio economico* (secondo le teorie riguardanti la divulgazione scientifica) sia, **nella nostra opinione, come discorso professionale** [il *discorso professionale* essendo un iperonimo del *discorso specialistico*]. A questo proposito, abbiamo notato che i discorsi della stampa economica (facciamo riferimento soprattutto ai *commenti* e alle *analisi tecniche*) appartengono a dei professionisti (analisti economici e finanziari, economisti) e si rivolgono ad altri professionisti.

A partire da queste premesse, nel secondo e nel terzo capitolo abbiamo cercato di illustrare i tratti caratteristici del discorso economico mediante l'analisi applicata ad un corpus di testi.

Lo spunto per l'inquadramento teorico del nostro lavoro ci è stato offerto da un suggerimento di Maurizio Dardano, il linguista italiano che ha portato il maggior numero di contributi nel campo dell'analisi del linguaggio economico. In uno dei suoi studi l'autore segnala gli **aspetti innovativi** che dovranno essere seguiti negli approcci futuri al *discorso economico*, che sarebbero i seguenti (Dardano 1998:75): *la mediatizzazione; lo sviluppo di una nuova tipologia testuale; la spettacolarizzazione e gli sviluppi narrativi; il ruolo del pubblico nell'attivare nuovi significati; i nuovi caratteri dell'intertestualità.*

Tenendo conto di queste indicazioni di M. Dardano (1998:75) **abbiamo pensato di orientare il nostro lavoro non solo verso l'analisi linguistico-grammaticale, ma anche verso l'analisi del discorso, la pragmatica, la retorica, la teoria dell'argomentazione.** Per questa ragione, crediamo di aver offerto, attraverso l'analisi applicata eseguita nel secondo e terzo capitolo della tesi, qualche elemento di novità sia per l'analisi del discorso economico italiano, sia soprattutto per quello romeno il quale, fino ad ora, ha goduto di poca attenzione da parte dei linguisti.

CAPITOLO II

GENERI DI DISCORSO. SOTTOGENERI GIORNALISTICI. LINGUAGGIO ECONOMICO E DISCORSO GIORNALISTICO ECONOMICO. LIVELLI DI ANALISI

Dato che la forma in cui si presenta un discorso può influire sul contenuto e implicitamente sui tratti e sull'interpretazione del discorso, abbiamo considerato opportuno accennare a quello che di norma viene chiamato "genere giornalistico", rilevando il modo in cui la denominazione di "genere" è spesso ambigua. Per questa ragione abbiamo tentato un excursus dell'accezione di "genere", ricorrendo alle ricerche nel campo dell'analisi del discorso, e cercando di "fare luce" sui suoi molteplici significati e sulle confusioni esistenti.

Grazie ad alcune pertinenti osservazioni riprese dalla sfera dell'analisi del discorso, più precisamente dai contributi francesi di Charaudeau 1983, si è potuto costatare il modo in cui il **"genere" coincide con il "linguaggio"** oppure con lo **"stile funzionale"**, distinguendo "il genere pubblicitario", "il genere scientifico", "il genere legislativo", "il genere letterario", ecc. (si veda cap. II 3.1.1.3.). In un approccio riguardante esclusivamente il giornalismo, il ricercatore francese P.Charaudeau (1997) insisterà sul fatto che **"il genere" è un tipo di testo-discorso** (*testo-discorso giornalistico, testo-discorso pubblicitario, scientifico, giuridico, ecc.*) oppure un **macro-genere** (es. *genre médiatique*) che, a suo turno, racchiude in sé **sottogeneri** (*l'editoriale, la breve, l'analisi, il reportage, ecc.*) (si veda 3.1.2.2.). Aderendo alla teoria di P.Charaudeau e adottando la terminologia di "sottogeneri", abbiamo sottolineato quali sono i *sottogeneri* che si praticano nella stampa economica romena (rintracciate in quattro grandi pubblicazioni che hanno costituito anche il corpus dell'analisi per la parte in romeno: *Capital, Financiarul, Ziarul Financiar* e *S pt mâna Financiar*) e in quella italiana (qui presenti nel più importante quotidiano economico italiano, „Il Sole 24 ORE”).

Teniamo a precisare che l'analisi della nostra tesi verte soltanto su **tre sottogeneri: la notizia, l'analisi ed il commento**. Nonostante la nostra analisi abbia provato a stabilire i tratti caratteristici, le particolarità e i meccanismi del discorso economico sfruttando il concetto di *sottogenere giornalistico*, essa non intende essere "un'analisi di genere", tanto più che abbiamo notato una forte *ibridizzazione dei sottogeneri* in

entrambe le tradizioni giornalistiche. Il *sottogenere* ha costituito solo la forma o il supporto di cui ci siamo serviti all'interno del metodo comparativo per identificare i tratti del *discorso economico*.

Anche se alcuni lavori sul giornalismo sostengono *che in un'analisi la posizione del commentatore non si sovrappone mai a quella dell'analista*, abbiamo constatato, in seguito allo studio del corpus, che nella **stampa economica** esistono anche delle *analisi* in cui si può ritrovare tale sovrapposizione da cui ne risulta **un genere misto che crediamo si possa intitolare il "commento-analisi" (o "l'analisi-commento")**. Per esempio, tanti dei discorsi dell'economista romeno Daniel D ianu, che vengono considerati da certi quotidiani "commenti" (*Ziarul Financiar*), e da altri "analisi" (*Jurnalul Na ional*), potrebbero rappresentare questo *sottogenere misto*.

Sempre in questo capitolo abbiamo accennato anche alla cosiddetta distinzione fra **"generi informativi" / "generi di opinione" ("generi interpretativi")**, promossa dal giornalismo anglo-americano, per esprimere il nostro disaccordo riguardo a questa dicotomia, a causa del fatto che: *l'informatività* costituisce, per definizione, l'oggetto di ogni testo / discorso giornalistico e *l'interpretazione*, quando si parla di discorso economico, è presente non soltanto negli articoli considerati "di opinione" [*analisi, commento, ecc.*], ma anche nella *notizia*. *La notizia economica* presuppone un *duplice atto (informare e interpretare)*, dato che *non solo il semplice evento produce la notizia, ma anche la sua interpretazione. Non si parte soltanto dal fatto, ma anche dalla sua valutazione*. Riteniamo, inoltre, come anche P.Charaudeau (1979), che *l'informazione e l'opinione* non possano essere né „generi”, né „macro-generi redazionali”, come sono stati talvolta chiamati, anzi essi costituiscono “posizioni enunciative relative ad un contenuto informativo”, cioè consistono in un certo coinvolgimento o allontanamento *dell'istanza enunciativa* rispetto a quello che viene riferito. Abbiamo adottato, in questo senso, le tre “variabili” proposte da P.Charaudeau (1997) [*il modo discorsivo di trattare l'informazione, dalla cui prospettiva si può distinguere tra „evento rapportato”, „evento commentato” e „evento provocato”; i tipi di istanza enunciativa e il grado di coinvolgimento (+/-) dell'enunciatore*] sia per caratterizzare i sottogeneri incontrati nella stampa economica, sia per trattare parallelamente la notizia dello stesso evento [ad esempio, il *crollo Lehman Brothers, una delle più importanti banche di investimenti della Wall Street*, per cui si veda cap. II. 3.4.9. e gli allegati della tesi]. Il **paragone** da noi

effettuato ha una **natura complessa**: da un lato, si è seguito il modo di trattare il medesimo evento nella stampa specializzata e nella stampa generalista all'interno dello stesso *spazio discorsivo* (la stampa romena), dall'altro lato, si è confrontata la notizia dello stesso evento in *spazi discorsivi diversi* (stampa economica romena e italiana). **Abbiamo seguito nella nostra analisi i seguenti aspetti**: *la gerarchizzazione dell'informazione all'interno della notizia economica; la modalità di esporre il discorso e il grado di coinvolgimento dell'enunciatore, tanto nel paratesto della notizia, quanto nel corpo della notizia; le modalità di apprezzamento dell'istanza enunciativa; le modalità verbali.*

Le conclusioni che siamo stati in grado di trarre in seguito all'analisi effettuata sono le seguenti: (1). Le pubblicazioni generaliste e quelle economiche fanno uso di tonalità diverse che segnalano il grado di coinvolgimento (impegno) dell'istanza enunciativa (del giornalista): le prime tendono a drammatizzare la notizia sin dal titolo, mentre il giornale economico si presenta leggermente più freddo e distante, evidenziando un certo distacco, ad esempio rispetto ai dati delle perdite sul mercato finanziario, indicando un grado più basso di coinvolgimento dell'enunciatore rispetto al grado di coinvolgimento dell'enunciatore nella stampa generalista. Questa differenza si nota soprattutto nella stampa italiana ad un attento paragone tra il quotidiano *Il Sole 24 ORE* e i giornali generalisti. (2). Nella stampa romena, nel corpo della notizia economica, l'enfasi e la drammatizzazione si manifestano anche a livello lessicale, attraverso l'uso di determinati aggettivi, metafore, attraverso l'utilizzo dei connettori pragmatici, ecc. (3). Paragonando il discorso della medesima notizia nella stampa italiana e in quella romena, notiamo il fatto che *il discorso della notizia complessa* (analizzata) della stampa romena si avvicina, in un certo modo, dal punto di vista della modalità di esposizione, della tonalità e del grado di coinvolgimento dell'enunciatore nel discorso, a quello della *cronaca italiana* [si veda l'allegato *Rivoluzione a Wall Street: Lehman in fallimento, fusione Merrill-Boa, tensione sui mercati*], che, per definizione, presuppone un grado maggiore di coinvolgimento dell'enunciatore nel discorso. (4). "Il discorso narrato" è presente tanto nel quotidiano economico (soprattutto in quello romeno), quanto in quello generalista, però negli ultimi, la *narrazione* e la spettacolarizzazione della notizia sono più palesi che nei giornali specializzati; il *narrativo* tuttavia non funziona indipendentemente, ma in rapporto con altri meccanismi del discorso come quello dell'*enunciazione* e dell'*argomentazione*, così come si può osservare anche nelle analisi effettuate nel

terzo capitolo. (5). *Nelle rubriche di economia della stampa generalista* il linguaggio è molto affine a quello comune, il *tono essendo spesso volte emotivo*: sono espresse opinioni, a volte si danno dei consigli al lettore, si danno esempi pratici al fine di agevolare la comprensione da parte del lettore, ma anche l'argomentazione di ciò che si afferma. *Nella stampa specializzata* si può parlare di *un linguaggio più tecnico*, ma, come si è potuto notare in seguito all'analisi eseguita, *il tono emotivo, l'eufemismo e le metafore che tradiscono la soggettività non mancano neanche qui*. Rispetto alle pubblicazioni economiche romene, *Il Sole 24 ORE* presenta un più alto grado di tecnicità, fatto che si spiega anche con la lunga tradizione di cui gode la stampa economica in Italia (fin dal XIX-esimo secolo).

Abbiamo accennato in questo capitolo *anche al problema dell'oggettività della notizia economica e della notizia in genere*, operando la distinzione tra "oggettività" giornalistica e "oggettivismo" giornalistico. A.J.Greimas (1983:108-109) parla di un certo "*mascheramento soggettivante*" oppure "*oggettivante*" della realtà. Qualsiasi discorso che si dichiara "oggettivo" o che sembra essere oggettivo, contiene delle componenti soggettive che possono essere segnalate attraverso uno "smascheramento" [si veda in questo senso *strategie discorsive e metaforiche* del discorso economico, cap. III.A, che rileva alcune componenti soggettive e discorsive del giornalismo economico].

L'ultima parte del secondo capitolo propone un'analisi del discorso economico della stampa romena e italiana a vari livelli: lessicale, morfosintattico, testuale. Il livello discorsivo viene trattato nel **terzo capitolo** sulla base di un ampio quadro teorico offerto dai lavori di analisi del discorso, di pragmatica, di narratologia e teoria dell'argomentazione.

Per ciò che riguarda il livello lessicale del discorso economico della stampa specializzata si è accennato ai seguenti aspetti: il fenomeno della redeterminazione semantica e della specificità nozionale, la presenza degli eufemismi, delle litote e delle metafore, gli anglismi, gli pseudoanglismi, i termini tecnici di varie origini, i prestiti neologici e i calchi recenti nel linguaggio economico della stampa romena, i neologismi formati con l'aiuto dei prefissi/suffissi, termini e prefissoidi, l'apparizione di nuovi termini nel contesto della nuova realtà economica, le sigle, le collocazioni specializzate (conosciute in italiano anche come "unità polirematiche" o "unità plurilessicali") nel discorso economico.

Per ciò che riguarda il livello sintattico, nei *commenti-analisi* di entrambe le tradizioni giornalistiche abbiamo notato **la prevalenza delle subordinate causali, finali, condizionali, concessive e avversative** (le ultime conosciute in romeno con la denominazione “*subordonate opozi ionale*”). Facendo però *un’analisi comparativa del discorso economico dalle analisi tecniche* collocate nella rubrica „*Analisi Mercati Finanziari*” (*Il Sole*) con quello delle analisi italiane dalla rubrica omologa *Pie e Finanziare (Capital)*, abbiamo notato che qui non esiste una frequenza così alta delle subordinate menzionate (che appaiono piuttosto nel *discorso dei commenti*, o delle *analisi di altre rubriche*, come, per esempio, la rubrica *Dossier* del quotidiano *Il Sole*). Nelle analisi tecniche sopracennate si può notare *la frequenza delle frasi principali, incidentali*, delle “costruzioni” che contribuiscono ad esprimere l’idea di oggettività. Per ciò che riguarda il **rapporto di coordinazione** abbiamo notato, nelle stesse analisi, *la prevalenza della coordinazione avversativa*, seguita da quella *copulativa*.

Dal punto di vista morfologico, *i tempi verbali prevalenti, tanto nella stampa romena, quanto in quella italiana, sono il presente e il futuro*, dato che nel linguaggio economico della stampa sono frequenti tanto le analisi dei fenomeni in evoluzione, quanto le ipotesi concernenti i fenomeni futuri [si veda anche *la modalità predittiva*, nel cap. III B., 2.2.1.]. Secondo il criterio della frequenza, questi tempi sono seguiti dai **verbi al modo condizionale** [si veda anche *le modalità probabilistica e ipotetica*, nel cap. III.B, 2.2.1.].

A parte questi modi e tempi verbali, che godono di alta frequenza, dobbiamo pure sottolineare l’uso **dell’indicativo passato prossimo, come anche l’imperfetto**, aiutando alla *ricostituzione e al riferimento dell’evento economico* [si veda l’analisi comparativa delle notizie, nel cap. II, ma anche nel cap. III. B., l’analisi del punto 4.6.2.].

Riguardo al **livello testuale**, abbiamo segnalato il fatto che **la specificità del discorso economico** sta nel modo originale in cui riesce ad **abbinare i tratti del linguaggio tecnico-scientifico** con quelli dello **stile amministrativo**, con **tratti di stile giornalistico** ma anche con **aspetti della lingua comune**. Sempre in questo capitolo ci siamo soffermati anche sul processo della **recontestualizzazione** (all’interno del quale abbiamo fatto delle osservazioni rispetto al **discorso riportato**) e sui **procedimenti della depersonalizzazione del discorso**.

CAPITOLO III

LIVELLO DISCORSIVO. MECCANISMI E STRATEGIE DISCORSIVE DEL DISCORSO ECONOMICO

Dato che l'analisi di ogni tipo di discorso *coinvolge il superamento del livello frastico* e la presa in considerazione degli innumerevoli *fattori pragmatici e situazionali*, senza i quali non si potrebbe avere una comprensione completa dei significati, nel terzo **capitolo ci siamo proposti un'analisi dei meccanismi del discorso economico, a livello discorsivo**: si tratta del *meccanismo discorsivo – enunciativo (Cap. III.A)* e di quello *discorsivo – argomentativo (Cap. III.B)*.

Patrick Charaudeau (1983:58-131) fa una distinzione tra: *il livello enunciativo, il livello argomentativo, il livello narrativo ed il livello retorico* del discorso. Nel terzo capitolo abbiamo ridotto questi quattro livelli a due che riteniamo essenziali: *il livello enunciativo* e quello *argomentativo* (dato che questi includono gli altri due: *il livello retorico* e *quello narrativo*) e che considereremo *meccanismi e strategie del discorso*.

CAP.III.A. IL MECCANISMO DISCORSIVO-ENUNCIATIVO

Il quadro teorico del cap. III. A è quello offerto da importanti lavori di analisi del discorso e di pragmatica [P. Charaudeau 1997, 1983, 2002, 2005, 2006), M.Bahtin (1970, 1981), D.Maingueneau (1976, 1983, 1991), C. Kerbrat-Orecchioni (1980), O.Ducrot (1972, 1980), M.Bonhomme (2005)], ma anche da alcuni o lavori dell'ambito del cognitivismo [G.Lakoff i M.Johnson (1980)]. Non si deve inoltre dimenticare che il **precursore di tante idee promosse dai lavori di pragmatica** è Charles Bally (1944) che mirava allo studio dei fatti di espressione ed a determinare *la natura affettiva dei fatti di linguaggio, come anche l'espressione dell'affettività in quanto manifestazione nell'enunciato*. **Il corpus** di questo capitolo è stato formato da **vari titoli di articoli economici**, titoli che abbiamo provato a classificare tenendo conto dei riferimenti teorici menzionati.

Gli obiettivi di questo capitolo (III.A) sono stati:

(1). Mostrare che l'informazione economica dei giornali o delle rubriche specializzate non è oggettiva, come potrebbe sembrare, ma può essere trasmessa in discorsi che tradiscono una certa dose di **soggettivismo**; a causa delle **metafore concettuali**, ma anche a causa delle espressioni metaforiche, il messaggio diventa non solo più attraente, ma anche più facilmente da trasmettere, dato che si dirige verso l'immaginazione e verso le sensazioni. Per illustrare quali sono le **metafore**

concettuali del discorso economico, abbiamo accennato, per primo, ad un *supporto teorico concernente il concetto di metafora, il processo della metaforizzazione, il rapporto tra metafora e scienza*, per poter accennare poi alla *gradualità delle metafore del linguaggio economico*.

(2). Un altro obiettivo è stato quello di presentare le somiglianze o le differenze comportamentali tra le due culture per ciò che riguarda l'approccio dell'informazione economica: anche se entrambi gli spazi culturali (ro.-it.) fanno uso degli stessi *concetti metaforici*, esiste comunque, una certa predilezione per alcune di esse. *La fluttuazione della moneta* viene associata nella lingua romena piuttosto al *concetto metaforico della lotta, della guerra, dello stato della salute*, mentre in italiano viene associata soprattutto alla *contesa sportiva o al volo*. Questi potrebbero costituire degli **indizi riguardanti lo spazio discorsivo e l'immaginario delle due culture**: il *concetto metaforico della lotta* potrebbe sottolineare l'ambizione di superare la nostra condizione, potrebbe suggerire la frustrazione del popolo romeno dovuta al suo passato storico, ma anche l'idea di rabbia e violenza esistente nel nostro *immaginario collettivo*¹; il *concetto metaforico del volo*, presente nella stampa economica italiana e di cui la stampa economica romena è priva, potrebbe illustrare l'idea di *ottimismo e di serenità del popolo italiano* (gli stereotipi etnici vedono negli italiani sia dei "sognatori", sia degli "indifferenti, impassibili").

In entrambe le lingue e le culture *l'economia viene concettualizzata in quanto organismo, le cadute improvvise del mercato sono viste come dei disastri naturali* (es. *crolli, affondamenti*). Nell'attuale crisi economica mondiale, il *concetto metaforico del crollo* è estremamente utilizzato nelle pagine economiche di ogni giornale italiano o romeno. Tanto nel discorso economico italiano, quanto in quello romeno la moneta *euro* non viene presentata in quanto beneficiario passivo dei procedimenti bancari e governativi, ma come agente attivo, diventando un vero e proprio avversario come anche *la crisi e l'inflazione* (si veda 4.1.2.2.1.).

(3). Si è fatto un rimando alle nozioni di "interdiscorsività" e di "interazione" non solo attraverso il concetto *metaforico*, ma anche tramite quello *polifonico*, che abbiamo cercato di seguire nella nostra analisi con riferimento ai titoli della stampa economica. "La ripetizione polifonica" [nell'accezione proposta da M. Bahtin (1979, 1981)] o "il discorso ripetuto" (Co eriu 2000:258-259) sono simili alla *metafora*

¹ Per ciò che riguarda l'immaginario violento dei romeni si veda R.Cesereanu (2003).

cognitiva, in quanto sfruttano le competenze del lettore: se le *metafore concettuali* sfruttano *la competenza cognitivo–esperienziale*, *la ripetizione polifonica* mira alle competenze testuali, extralinguistiche e culturali del *co-enunciatore*. Tale “ripetizione” presenta anche una certa rilevanza nella didattica della lingua italiana quando il giornale economico italiano viene usato come supporto per le lezioni, dato che offre la possibilità di fare rimandi anche ad aspetti appartenenti alla cultura e alla civiltà italiana, non trascurando il fatto più generale che sempre una lingua è “il precipitato di una cultura” (Balboni 1994:56). Tanto *i titoli concettualmente metaforici*, quanto *quelli polifonici ed intertestuali* in quanto *pratica discorsiva*, (Foucault 1980) svolgono la funzione di *interpellanza* (il termine appartiene a M. Pêcheux): *interpellanza dell’enunciatore e dell’enunciatario, sotto forma cognitiva, affettiva e normativa (docere, delectare et movere)*. Nel caso in cui il lettore non dispone dell’ “enciclopedia” necessaria, il professore, in quanto *co-enunciatore*, assumerà il ruolo di mediatore per tracciare e segnalare l’*intertestualità*, aiutando così lo studente ad ottenere, oltre alle conoscenze tecniche riguardanti la terminologia e la fraseologia usata nel linguaggio economico della stampa (usata, in questo caso, come materiale didattico), anche altre informazioni con una prospettiva più ampia (concernenti, per esempio, gli stereotipi, i proverbi, ecc.)². Di conseguenza, la polifonia di un certo testo dirigerà lo studente verso lo sviluppo delle *competenze interculturali e comunicative* (tali testi possono costituire pretesti per la conversazione nel corso pratico di lingua italiana).

(4). Dato che, in questo capitolo, abbiamo applicato la nostra analisi ai *titoli giornalistici*, ci siamo soffermati, nel nostro approccio, anche sulla loro *tipologia e sulle loro funzioni*. Abbiamo provato di offrire un’*esemplificazione* dei titoli della stampa economica, tenendo conto di certi riferimenti degli approcci semiotici (*titoli narrativi, iconici, patemici, interpretativo-cognitivi*). Tranne quest’*esemplificazione*, **abbiamo cercato di operare una classificazione dei titoli a seconda dei criteri pragmatici**. Abbiamo individuato certi «*segnali*» *discorsivi* («*segnali*» che abbiamo diviso in “*espliciti*” e “*impliciti*”, gli ultimi essendo rappresentati dai *titoli polifonici e intertestuali*, ma anche da quelli *concettualmente metaforici*). La proposta della nostra classificazione non intende risolvere le carenze presenti nelle classificazioni

² Idea espressa anche da E.Co eriu (2000:260): “certi tipi di discorso ripetuto [...] sono caratteristici di certe comunità e, di conseguenza, dovrebbero essere presi in considerazione specialmente nella descrizione e nell’insegnamento delle tradizioni linguistiche”.

romene sui titoli, ma intende illustrare *il loro lato pragmatico* come anche il *concetto di interazione socio-discorsiva*.

Cap.III. B.: IL MECCANISMO DISCORSIVO-ARGOMENTATIVO

Nella seconda parte del terzo capitolo abbiamo provato a segnalare lo spostamento dalle *strutture argomentative presenti nel discorso economico, alle strategie e agli effetti argomentativi (conflitto o consenso)*, trasferimento causato dalla *visione della pragmatica dell'interazione (nella quale si colloca anche la problematica dell'argomentazione)*. **Gli obiettivi che abbiamo conseguito sono stati i seguenti:**

(1). Nell'introduzione di questa parte abbiamo segnalato, prima di tutto, il legame tra il *meccanismo dell'enunciazione e quello dell'argomentazione*, con particolare attenzione alla *complessa struttura dell'argomentazione – intesa in quanto componente essenziale dell'attività discorsiva in genere* – che mira, infatti, ai tre poli complementari: *Ethos, Logos e Pathos*. Tenendo conto del funzionamento di questi tre poli nell'argomentazione, abbiamo sottolineato il fatto che *il discorso economico della stampa scritta* si costituisce in quanto “risultante” dall'abbinamento tra un *discorso apodittico, argomentativo e persuasivo*.

(2). Abbiamo mostrato quale sarebbe *la struttura argomentativa delle notizie economiche* nelle due tradizioni giornalistiche, ci siamo soffermati sul “lessico ausiliare dell'argomentazione” (Stati 2002), abbiamo seguito, sulla base del corpus, prima *la funzione logica dei connettori* (chiamati da Lo Cascio “indicatori”), per segnalare poi *la loro funzione discorsiva che contribuisce all'orientamento del discorso, e conferisce dinamicità all'argomentazione*. Strettamente legate alla *funzione di orientamento di alcuni connettori* (es. “dar” / “ma”) e alla *dinamicità dell'argomentazione* appaiono anche alcune *strategie argomentative* come la *causa negata, la negazione polemica, l'interrogazione retorica con ruolo di orientare il lettore*.

In seguito all'analisi del corpus, si è imposta anche la constatazione che **tanto nel discorso economico romeno, quanto in quello italiano** si può parlare di un frequente uso della **strategia della „concessione” o del “accordo provvisorio”** (Stati 2002), „tattica” che risulta molto vantaggiosa nell'argomentazione perché rende più forte la posizione del locutore (oratore), rende più facile la sua difesa e, allo stesso tempo, il suo discorso fa prova di *fair-play*.

(3). Ci siamo proposti di **identificare i tipi di argomenti nel discorso economico delle due tradizioni giornalistiche** secondo la classificazione proposta da Ch. Perelman e Olbrechts-Tyteca (1958), gli autori da cui abbiamo tratto i gruppi “degli schemi di connessione” (Mortara Garavelli 2006: 89) e i principali criteri in base ai quali sono caratterizzate le argomentazioni.

(4). Dato che *l'argomentazione*, in quanto meccanismo del discorso, mira non solo alla *persuasione*, ma anche *alla spiegazione e alla giustificazione*, un altro obiettivo è stato quello di analizzare, sulla base del corpus, **la spiegazione, la riformulazione, la giustificazione e la causalità**, in quanto **operazioni discorsive argomentative**.

(5). La nostra analisi mostra come nel *discorso economico* **la riformulazione, a a parte il suo ruolo fondamentale, di operazione discorsiva esplicativa, conosce anche due aspetti specifici del discorso specialistico:**

- è legata alla legge dell'economia delle unità linguistiche (formulata da Grice 1975) in conformità alla quale **il destinatore di un discorso specialistico** deve mirare alla riduzione delle entità linguistiche ad un “minimo” stretto (si tratta qui della *riformulazione di alcune cifre per il mezzo di altre cifre*);
- mira a trasmettere alcuni termini conosciuti soltanto all'interno della comunità scientifica (si tratta di una comunicazione tra *specialisti*, escludendo *l'outsider*, e da qui anche l'apparente tonalità neutra del discorso economico).

Insieme *all'illustrazione della specificità della riformulazione nel discorso economico*, abbiamo evidenziato anche **le sequenze argomentative e lo scopo illocutivo della riformulazione**.

Riguardo al **processo della riformulazione che mira all'operazione discorsiva esplicativa**, abbiamo tracciato **una classificazione dei tipi di parafrasi**, tenendo conto anche del modello teorico proposto dalle ricercatrici francesi Marie-Françoise Mortureaux (1982) e Catherine Fuchs (1982, 1984).

(6). Dopo aver menzionato alcuni dei riferimenti sul **rapporto di causalità discorsiva**, abbiamo eseguito un'analisi comparativa del corpus, *evidenziandone i mezzi linguistici che contribuiscono ad esprimere la causalità* nei commenti della stampa economica. La struttura del corpus di questa parte ha racchiuso 30 articoli (15 dalla stampa romena, 15 dalla stampa italiana). Visto che *la relazione di causalità* è stata analizzata all'interno della *macrostruttura dell'argomentazione*, abbiamo preso in considerazione nella nostra analisi entrambi i modi in cui questa relazione si

manifesta: *a. la causalità in quanto rapporto logico, di spiegazione di un evento; b. la casualità in quanto manifestazione della volontà dell'enunciatore di persuadere il destinatario, giustificando la propria Tesi.*

I rapporti di *causalità marcata e non marcata (con "connettore 0")* sono stati illustrati in due tabelle. Le conclusioni che siamo stati in grado di trarre sono le seguenti:

- *i connettori delle premesse* godono della maggior prevalenza (34 nei commenti dalla stampa romena e 37 in quelli della stampa italiana); sono dei **connettori che istaurano la relazione causale regressiva o propriamente detta** che costituisce **il nocciolo duro dell'argomentazione** (S 1 v stru 2003:51-53);
- la nostra analisi mostra che **la modalità progressiva occupa un posto secondo rispetto a quella regressiva** (22 connettori nei commenti romeni e 24 connettori in quegli italiani);
- l'espressione "interfrastica" della causa occupa, in entrambi gli spazi discorsivi, il terzo posto (15 "operatori interfrastici" negli articoli romeni, 22 nei commenti italiani).
- l'espressione della causa tramite il „connettore 0" è meno utilizzata nei confronti degli altri tipi.

(7). L'analisi del corpus ci ha offerto l'opportunità di analizzare anche **la dimensione pragmatica dell'anafora e dello stile nominale nel discorso economico: l'anafora nominale** può tematizzare un contenuto con rilevanza nell'argomentazione [*"anafora globale"*], può esplicitare una predicazione tramite l'interpretazione che l'enunciatore (l'analista, lo specialista) dà al fenomeno economico discusso, costituendo un *atto di esplicitazione e di chiarificazione* [*"anafora riassuntiva"*], ma può anche rappresentare un *atto di previsione* potendo costituire una sequenza formata dai seguenti atti di discorso: "analisi+previsione+proposta", chiamate da certi ricercatori "trame pragmatiche" (Merlini Barbaresi 1986:110). Oltre *le anafore nominali* abbiamo menzionato anche *l'anafora associativa (o indiretta)* e *l'anafora retorica (oppure la ricorrenza)* che acquista forza argomentativa nel discorso.

(8). Abbiamo evidenziato come *la vocazione pragmatica dell'argomentazione* è sostenuta tanto dalla *strategia discorsiva dei connettori*, quanto dal *discorso ironico* (che ha la funzione di orientare il lettore), ma anche dalle *strategie narrative*. Il quadro teorico della sezione "Argomentazione e narratività" è quello offerto da

A.J.Greimas (1966), J.-Michel Adam e F. Revaz (1999), da Mieke Bal (1985) e da J.-Michel Adam e Marc Bonhomme (2005), con importanti rimandi anche a contributi che potrebbero costituire un modello di analisi applicata delle teorie relative alla narratività, come quello firmato dall'autrice Elena Drago (1981). Dopo aver accennato ai concetti di “narrazione” e “narratività” e dopo aver passato in rassegna le accezioni della “narrazione” nei lavori di giornalistica, ci siamo soffermati sui personaggi della “narrazione economica”, che abbiamo presentato a seconda dello *schema attanziale* di Greimas. Segnalando la “messa in scena della notizia” abbiamo accennato allo stesso tempo alla “funzione teatrale” del meccanismo discorsivo-argomentativo all'interno della notizia, per poter poi rispecchiare *i procedimenti descrittivi, le strutture e le strategie narrative* nel “evento commentato” (il sottogenere giornalistico essendo quello del *commento*) [“argomentare descrivendo”, e “argomentare raccontando”, J.-M. Adam e M. Bonhomme 2005]. Nel terzo capitolo (A e B) si sono analizzate implicitamente le due componenti identificate da J.B.Grize (1981): *la componente esplicativa*, tramite il ricorso al *Logos*, fondata su *ragionamenti* che si reggono sulla base di “regole generali” (Lo Cascio 1991) e su *vari tipi di argomenti* e *la componente “della seduzione”* basata su propri punti di vista, sulla creatività e sulla forza di seduzione del locutore e del suo discorso, ma anche sulle *funzioni discorsive e di “orientamento” delle figure di discorso (metafora, eufemismo, ironia)* e sulla “messa in scena” dell'informazione economica, per mezzo del *Pathos*, per il ricorso ai “giochi” e alle strategie discorsive che appartengono al carattere “teatrale” dell'argomentazione. (Vignaux 1976).

In seguito a tutte queste considerazioni, si potrebbe sostenere che, oltre lo statuto di “caratteristica della lingua” (Ducrot e Anscombre 1983), nel *discorso economico della stampa*, l'argomentazione si impone anche come modalità di influenza persuasiva, come un insieme di tecniche e strategie discorsive tramite le quali si orienta l'interlocutore al fine di ottenere la sua adesione alla tesi proposta.³ In altre parole, l'argomentazione è coestensiva all'attività discorsiva.

Il metodo comparativo e l'analisi contrastiva tra romeno e italiano – che costituiscono un aspetto innovativo nello studio del discorso economico romeno e italiano – ci hanno offerto in molte occasioni spunti interessanti per trarre

³ È quello che sostiene anche Ch. Perelman (1970:13) per cui l'oggetto della teoria dell'argomentazione è “lo studio delle tecniche discorsive” suscitando così l'adesione degli “spiriti” alle tesi presentate a seconda del loro consenso.

conclusioni più fondate sui procedimenti e sui meccanismi di funzionamento del discorso economico della stampa scritta.