

## ALCUNE STRATEGIE DI INTENSIFICAZIONE NEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO

Magdalena Nigoević  
Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu  
Hrvoje Malenica\*\*  
Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu

Questo lavoro esamina il ruolo del processo d'intensificazione nelle rubriche politiche del quotidiano italiano *la Repubblica*. L'obiettivo principale è osservare come diverse strategie di intensificazione influiscano sulla percezione del contenuto degli articoli e come cambi il significato originario con la presenza di questi elementi.

Ai fini di questo studio si assume un'ampia definizione di intensificazione che comprende alcune strategie e processi linguistici di natura prevalentemente morfologica, lessico-semanticamente e pragmatica. Si identificano le parole e i gruppi di parole in funzione di intensificatori che in seguito vengono classificati in otto categorie: la prefissazione e la suffissazione, le unità lessicali superiori, la ripetizione, le forme superlative, l'anteposizione dell'aggettivo qualificativo, l'uso dell'avverbio, i prestiti e i segnali discorsivi. L'analisi comprende la presentazione e il commento degli esempi più significativi e in base alla loro frequenza si desumono le strategie dell'intensificazione più usate nel corpus prescelto.

Parole chiave: *lingua italiana contemporanea, intensificatori, linguaggio giornalistico, rubriche politiche*

### 1. INTRODUZIONE

Questo lavoro ha lo scopo di esaminare il ruolo del processo d'intensificazione negli articoli delle rubriche politiche del quotidiano *la Repubblica*. Si analizzeranno gli articoli che riguardano la politica interna e quella estera. L'obiettivo principale è osservare come l'uso di elementi di intensificazione influisca sull'impressione finale che il contenuto degli articoli ha sul lettore e come cambi il significato originario con la presenza di questi elementi. Si prenderà anche in considerazione il messaggio e le idee che il quotidiano e l'autore stesso dell'articolo vogliono trasmettere al lettore.

Gli intensificatori si osservano nelle loro varie manifestazioni, le quali evidenziano come l'emittente del messaggio guidi il destinatario verso l'interpretazione desiderata delle informazioni ricevute, il che è molto interessante nel contesto dell'analisi del giornalismo politico. I giornali

\* magda@ffst.hr

\*\* hmalenica@gmail.com

fondano il loro successo sul fatto di riuscire o non riuscire ad attrarre un gran numero di lettori (cfr. Delmonte, Gifu e Tripodi, 2013: 88). Gli intensificatori contribuiscono a rendere allettanti e sensazionali all'occhio del lettore le informazioni presentate che altrimenti potrebbero sembrare mondane o anche noiose.

### 1.1. *Linguaggio giornalistico dei quotidiani italiani*

Il linguaggio dei quotidiani italiani segue un modello ideato per ottenere "la rapidità del messaggio, e per creare il sentimento di aspettativa. Soprattutto nelle cronache, i momenti della narrazione si susseguono, le frasi sono brevi, per dare rapidità al messaggio e per coinvolgere il lettore" (Diaconescu, 2009: 1). Tra le altre caratteristiche vanno notate: le dislocazioni a destra, le frasi pseudoscisse, l'uso di "gli" invece di "loro", "lui" / "lei" invece di "egli" / "ella", forme cadute ormai del tutto in disuso nel linguaggio giornalistico e l'uso del passato prossimo invece del remoto (cfr. Diaconescu, 2009). Inoltre, "la penetranza molto modesta del *che* polivalente rappresentato nella maggioranza dei casi in proposizioni temporali [...] e la complessiva resistenza del congiuntivo insidiato dall'indicativo" (Bonomi, Masini e Morgana, 2003: 20-21).

Questo linguaggio è marcato dall'aggressiva invasione della lingua parlata con lo scopo di avvicinarsi al pubblico più vasto. Una caratteristica importante del linguaggio giornalistico, legata al parlato, è la forte presenza di colloquialismi e frasi scisse. Secondo Bonomi, Masini e Morgana (2003), il fenomeno appare in due modalità: quella ricercata e quella incontrollata e spontanea. Quella ricercata usa segnali discorsivi, punteggiatura marcata e frequenti focalizzazioni per catturare l'attenzione del lettore. Invece, quella incontrollata o spontanea è riservata per le notizie sulla cultura dedicata all'erotismo, ai pettegolezzi e al genere trash. Fra i tratti più visibili dei quotidiani italiani d'oggi possiamo individuare anche l'abbondante presenza degli stranierismi, soprattutto gli anglicismi, dovuta al fatto che l'influsso degli Stati Uniti e la lingua inglese ha infiltrato ogni area della vita odierna globalizzata (cfr. Bonomi, Masini e Morgana, 2003: 136). Inoltre, in relazione con gli anglicismi, si nota l'esuberante presenza di neologismi legati allo sviluppo tecnologico (*clickare, chattare, i social, il live* ecc.), tutti risultati della potente invasione della lingua inglese nella vita quotidiana in Italia. Si tratta spesso di nuove formazioni e prestiti che servono ad attirare l'attenzione del lettore e ad avvicinarsi ad essi e soprattutto ai giovani.

#### 1.1.1. *Linguaggio delle rubriche politiche*

Il linguaggio delle rubriche politiche e anche dell'intera scena politica oggi in Italia è pervaso da espressioni provenienti dalla lingua parlata. Secondo

Galli de' Paratesi, i motivi che hanno causato questa situazione, essi vengono riscontrati "in quattro cambiamenti sociali e linguistici: la trasformazione socioculturale del post-'68 che ha introdotto una maggiore informalità; il forte indebolimento dell'uso dei dialetti con la conseguente prevarca del codice orale su quello scritto nella ricerca di maggiore spontaneità; la scomparsa dei partiti e l'apparizione del candidato di coalizione come protagonista [...] e infine la radicalizzazione del confronto politico nata dalla delusione della crisi partitica e generalmente la perdita di fiducia politica avvenuta dai primi anni '90 in poi." (Galli de' Paratesi, 2009: 137-138).

"Il lessico è largamente quello di base, i periodi sono molto più corti e molto meno complessi, con una sintassi paratattica molto meno gerarchica." (Galli de' Paratesi 2009: 139) Il lessico è anche molto innovativo, i procedimenti principali che riguardano l'arricchimento del lessico sono prima di tutto i procedimenti di formazione di parole nuove (*bicameralismo, europeistico, politicizzare, politizzazione, liberalizzare, razzistico, massmediologico, sottosviluppo, spoliticizzare, iperpoliticismo* ecc.) e il prestito linguistico (*mass media, cosmopolitismo, antisemitismo, estremista, sindacalista* ecc.). "Molti sono i prestiti anglo-americani, ma incontriamo anche francesismi, soprattutto nel settore della mondanità: *audience, pièce, tournée*, ecc." (Diaconescu, 2009: 1)

Altri fenomeni importanti sono: l'uso di espressioni con il verbo fare: *fare notizia, fare titolo, fare moderno, fare nuovo, fare moda, fare inverno*; combinazioni di parole (aggettivi – sostantivi, avverbi – verbi) per dare una maggiore spettacolarità rimanendo comunque imparziali: *'Un episodio agghiacciante quello avvenuto ieri pomeriggio a Castelvoturno, in una zona abitata soprattutto da extracomunitari della Nigeria'*; i neologismi presi in prestito dalla TV: *nonsolomoda, nonsolocalcio*, oppure dalle pubblicità: *'donna è bello'*, slogan femminista costruito su "black is beautiful", da cui sono nate poi espressioni come *'grasso è bello'*, *'single è bello'*; nuovi nomi composti, seguendo un certo modello: emergenza + nome: *emergenza rifiuti, emergenza freddo, emergenza criminalità*, oppure allarme + nome: *allarme tsunami, allarme maltempo, allarme smog, allarme prezzo*, sindrome + nome: *sindrome dei Balcani, sindrome del Golfo*, oppure con l'aggettivo caro + sostantivo: *caro-scuola, caro-vita* ecc. (cfr. Diaconescu, 2009).

Sebbene i giornali e i loro siti web siano oggi le fonti principali delle notizie, il loro ruolo legato all'ambito politico può essere di "legittimare le azioni dei politici, partecipare ai loro sforzi di visibilità, confermando o aumentando la loro reputazione" (cfr. Delmonte, Gifu e Tripodi, 2013: 90). Tenendo a mente la loro accessibilità a un vasto numero di persone, è ovvio che esista un grande interesse da parte di chi vorrebbe aver il potere di influire sul contenuto che i giornali trasmettono.

## 2. STRATEGIE DI INTENSIFICAZIONE NEL LINGUAGGIO GIORNALISTICO

Il concetto di intensificazione è stato definito in modi diversi. In senso stretto presuppone ampliamento del significato di una proprietà “verso l’alto da una presunta norma” (Beltrama, 2014: 1), oppure includendo entrambi i poli e ridimensionando “una qualità, sia in alto che in basso o da qualche parte tra i due” (Bolinger, 1972: 17). In generale, si può notare che la maggior parte degli studi riguarda l’intensificazione tramite le espressioni di gradualità/scalarità. Oltre al concetto di gradualità, alcuni autori, sottolineano la soggettività degli intensificatori sostenendo che essi coinvolgono “la valutazione del parlante” (Athanasiadou, 2007: 557) e sono usati per “mostrare certezza, precisione e pieno impegno nel contenuto proposizionale” (Saidat, Saidat, Rafayah e Taweel, 2011: 186). L’intensificazione in senso lato viene intesa come allargamento della quantità, della qualità o della precisione e comprende tutti i mezzi linguistici che rafforzano, confermano o enfatizzano il contenuto proposizionale espresso nel testo.

L’impiego degli intensificatori rivela il desiderio dell’emittente di voler aumentare l’effetto sul destinatario dell’idea contenuta nell’enunciato. Sebbene gli intensificatori servano ad avvicinare il lettore al testo, allo stesso tempo contribuiscono alla credibilità del contenuto. Aumentano la probabilità che l’autore del testo ottenga la fiducia del lettore. Il processo di intensificazione nel linguaggio giornalistico si realizza molto spesso attraverso “l’uso di iperboli, frasi fatte per impressionare e colpire l’immaginazione, modi di dire che abbandonano la tradizione, metafore di nuovo conio, giochi di parole, ecc.” (Liveranni Bertinelli, 1994: 63). Lo scopo dell’uso dell’intensificazione è anche di evitare la trasmissione di messaggi ambigui e guidare il destinatario a una sola interpretazione del significato ed ottenere quell’impatto che l’emittente desidera. Inoltre, questo procedimento può essere adoperato in modo strategico, posizionando la parola di intensificazione accanto a particolari concetti che si vogliono enfatizzare e così da provocare una reazione da parte di chi legge il testo.

### 2.1. *Intensificazione e intensificatori*

Secondo Cimaglia (2010) l’intensificazione comprende “tutte quelle espressioni (nomi, avverbi, aggettivi, sintagmi) che contribuiscono all’amplificazione di un aggettivo, di un nome, di un verbo, di un avverbio, di un pronome, ecc. [ed] è un fenomeno che investe non soltanto il livello morfologico ma anche il livello semantico e pragmatico.” Semanticamente, l’intensificazione corrisponde all’aumento di quantità o di precisione, morfologicamente rientra nella categoria dell’alterazione, comprendendo – all’interno di questa – gli accrescitivi e i diminutivi; dal punto di vista della

tipologia testuale (o stilistica) rientra nell'uso del discorso brillante (cfr. Sobrero, 1993: 437).

Nella definizione classica gli intensificatori vengono concepiti come 'parole graduabili' [*degree words*] (Bolinger, 1972: 17), oppure come un insieme eterogeneo (cfr. Labov, 1984) di strategie linguistiche legate alle espressioni di grado e intensità, ridimensionando verso il basso o verso l'alto la qualità di una data entità. La maggior parte degli elementi di intensificazione sono lessicali, ma l'intensificazione non è limitata al lessico. Oltre agli intensificatori lessicali, esistono quelli prosodici (intonazione e stress), la reduplicazione, la formazione delle parole attraverso i prefissi o la composizione, espressioni idiomatiche e certe costruzioni sintattiche.

Nella lingua italiana sono utilizzate diverse strategie di intensificazione: il suffisso superlativo *-issimo*, considerato tradizionalmente la tipica strategia di intensificazione; avverbi qualificativi come 'particolarmente'; avverbi di quantità come 'molto, tanto'; l'aggettivo 'tutto'; reduplicazione; avverbi o espressioni con valore assertivo, come 'davvero'; il suffisso accrescitivo *-one* usato prevalentemente con nomi, ma anche con aggettivi e avverbi; e prefissi valutativi tradizionalmente esprimono qualità e/o quantità, in particolare in senso apprezzativo o superlativo.<sup>1</sup>

Ai fini di questo studio, assumiamo un'ampia definizione di intensificazione che comprende alcune strategie e processi linguistici di natura prevalentemente morfologica, semantico-lessicale e pragmatica.

### 3. METODOLOGIA

Per questa ricerca si analizzano le rubriche politiche del quotidiano online *la Repubblica* ([www.repubblica.it](http://www.repubblica.it)) dal 1/11/2016 al 15/11/2016. Gli esempi vengono tratti dalle rubriche politiche del quotidiano che contengono notizie rilevanti per la politica italiana interna e la politica estera.

Saranno osservate diverse strategie di intensificazione che in seguito vengono nominate come processi di intensificazione o semplicemente intensificatori: (1) prefissazione e suffissazione, (2) unità lessicali superiori, (3) ripetizione, (4) anteposizione degli aggettivi qualificativi, (5) forme superlative (superlativi assoluti, superlativi relativi e superlativi avverbiali), (6) avverbi, (7) prestiti e (8) segnali discorsivi (più precisamente, meccanismi di modulazione e focalizzatori). L'analisi comprenderà la rappresentazione degli esempi più significativi con la loro frequenza nel corpus prescelto. Gli esempi vengono accompagnati dai commenti della loro funzione nel processo di intensificazione.

<sup>1</sup> Per una descrizione più dettagliata delle seguenti categorie si veda in particolare Grandi (2017) e alcuni altri studi raccolti in Napoli e Ravetto (2017).

#### 4. ANALISI E DISCUSSIONE

Il numero totale delle forme usate in funzione di intensificatori nelle rubriche prese in considerazione è 642 (il numero totale delle parole del corpus preso in analisi è 90755). Gli intensificatori estratti dal corpus prescelto delle rubriche politiche sono suddivisi in otto (8) categorie succitate relative a diversi processi di intensificazione.

##### 4.1. Prefissazione e suffissazione

Nel processo di intensificazione sono usati i prefissi appartenenti alla categoria dei prefissi intensivi, i quali “hanno il compito di graduare l’intensità semantica di una base nominale o aggettivale ed esprimono il grado superiore di una gerarchia o il grado superlativo di una qualità”, mentre nel gruppo dei suffissi i più interessanti sono gli alterativi, che possono essere diminutivi o accrescitivi e possono anche attribuire alla parola base le qualità di simpatia (vezzeggiativi), di disprezzo (spregiativi) o di attenuazione (attenuativi) (cfr. Palermo e Trifone, 2007: 238-239).

Nel corpus analizzato i prefissi adoperati in funzione intensificatrice sono 17, mentre i suffissi nella stessa funzione appaiono 14 volte.

I prefissi trovati nel corpus sono: *anti-*, *mal-*, *maxi-*, *mega-*, *pro-*, *sotto-*, *super-* e *ultra-*. Il prefisso più frequente è *anti-*, usato per esprimere una forte opposizione e negazione del significato originario della parola base. Nel contesto della politica questo prefisso ha il ruolo di creare dei conflitti fra i lati opposti dello spettro politico, come nell’esempio (1):

- [1] Anche il Wall Street Journal sottolinea lo “stupore” per la vittoria del candidato *anti-establishment*<sup>2</sup>, “un apprendista della politica” che ha condotto una “campagna nazionalista” e sottolinea che l’esito del voto americano ha causato “un netto crollo” nelle borse asiatiche ed europee. (RP 09/11/2016)<sup>3</sup>

La formazione *anti-establishment* indica un’opposizione all’ordine sociale fisso, *all’establishment*, vale a dire a quelli che hanno il potere di governare e che mantengono lo *status quo* negativo nel quale i cittadini si trovano in un dato momento. In questo esempio, la parola derivata ha il ruolo di contrastare uno dei candidati presidenziali americani con l’altro, sottolineando la qualità del primo di essere contro l’establishment, Donald Trump, indicando che il secondo candidato, Hillary Clinton, è sicuramente *pro-establishment*. Sebbene la maggior parte dei lettori sicuramente non abbia nessun rapporto con *l’establishment*, è un modo per avvicinarli al candidato

<sup>2</sup> Per una maggiore facilità di reperimento all’interno degli estratti, si è deciso di mettere in corsivo le parole e/o le parti di testo che verranno prese in esame.

<sup>3</sup> D’ora in poi RP – *La Repubblica*, accanto ad ogni esempio viene segnalata la data in cui è stato pubblicato.

*anti-* ed allontanarli dal candidato *pro-*. L'uso di un'espressione sostitutiva ed equivalente italiana o di una spiegazione dell'idea da parte del giornalista, in questo caso certamente diminuirebbe l'effetto persuasivo desiderato sul.

I suffissi elencati sono prevalentemente quelli diminutivi: *-accio, -acciolo, -ello, -etta, -etto, -icchio, -ino, -ino* e un accrescitivo: *-one*. Si tratta di suffissi che in ogni esempio osservato hanno funzione spregiativa e/o ironica. Nell'esempio (2) la parola derivata *foglietto*, un diminutivo con valore spregiativo, si riferisce alla riforma elettorale della costituzione italiana e al referendum che la accompagna.

[2] Bersani ha detto che non si risolvono le cose con un *foglietto* di carta che vale un impegno generico. (RP 06/11/2016)

Lo scopo è di deridere la sua importanza e diminuirne il valore agli occhi del lettore. Però, gli esempi che includono questo tipo di derivazione negli articoli analizzati appaiono, ormai in tutti i casi, come citazione o parafrasi di parole dei personaggi politici, e si può quindi affermare che l'intensificazione non proviene dal giornale, ma dal politico che trasmette al lettore la sua opinione. Certamente, il giornale ha il dovere di trasmettere fedelmente le parole dichiarate dal politico.

#### 4.2. *Unità lessicali superiori*

Le unità lessicali superiori sono un tipo particolare di composti "che è rappresentato dalle unità lessicali superiori: si tratta di parole che si scrivono staccate, ma sono strettamente legate fra loro nell'uso" (Trifone e Palermo, 2009: 243). Secondo Dardano si tratta di composti "costituiti da due o più elementi, ciascuno dei quali è autonomo anche graficamente e pertanto è individuabile a prima vista" (per es. *ferro da stiro, villaggio globale*) che l'autore definisce come "polirematiche"<sup>4</sup> (Dardano, 2009: 17). Invece, per D'Achille "sintagmi formati da più unità, tra loro separate, ma che semanticamente costituiscono un unico lessema" (per es. *stile di vita; aver luogo; in modo che*) sono "polirematiche o unità lessicali superiori" (D'Achille, 2003: 141). Secondo Sensini, le unità lessicali superiori (per es. *macchina da scrivere; treno merci*) non sono vere e proprie parole composte "perché gli elementi che le formano rimangono nettamente separati gli uni dagli altri, ma costituiscono dei blocchi semantici (cioè di significato) compatti: solo insieme tali elementi possono esprimere il significato che rimanda all'oggetto cui si riferiscono" (Sensini, 1997: 579). Comunque, si tratta di formazioni che possono accentuare il significato di un concetto che altrimenti potrebbe essere espresso in maniera più semplice, e quindi creare nel destinatario un'immagine più forte.

<sup>4</sup> L'autore aggiunge altre denominazioni, i quali: 'costrutti lessicali', 'parole polilessicali', 'parole complesse', 'multi word expressions', 'composti sintagmatici', 'espressioni multiparola' ed altri (cfr. Dardano, 2009: 17).

Il numero delle unità lessicali superiori tratte dal corpus è 28 e sono rilevanti perché colpiscono il lettore con una formazione di parole concisa e pungente. Si tratta di strutture che sostituiscono parti della frase che sarebbero più descrittive e con il loro uso si ottiene un impatto più forte, mentre si conserva il significato desiderato dall'autore. L'esempio [3] dimostra due unità lessicali superiori: la prima formazione in è N + N e la seconda N + di + N.<sup>5</sup>

- [3] Altro *uomo-chiave*, già impegnato in un *ruolo di punta* nella squadra di transizione, è il senatore dell'Alabama Jeff Sessions, che potrebbe diventare segretario alla Difesa. (RP 11/11/2016)

Ambedue le unità si riferiscono ad una persona sola, il senatore Jeff Sessions, e servono ad elevare la sua importanza nel dato contesto politico, la campagna presidenziale di Donald Trump. Usando queste formazioni il giornalista evita di fare delle lunghe descrizioni e spiegazioni dell'importanza del ruolo del senatore nella campagna presidenziale, ma riesce a metterlo in primo piano usando brevi formazioni che immediatamente attirano l'attenzione del lettore.

- [4] Ora chi la rappresenta – Trump – non fa necessariamente i suoi interessi, però i *colletti blu* si appassionano per lui perché sentono di avere ritrovato una voce. (RP 03/11/2016)
- [5] Trump è insomma *una mina vagante* che l'America rischia di regalare al mondo intero oltre che a sé stessa. (RP 06/11/2016)

L'espressione *i colletti blu* nell'esempio [4] si riferisce alla classe degli operai, alle persone che si occupano maggiormente dei lavori manuali. Questa espressione si trova in contrasto con l'espressione *i colletti bianchi*, che denomina quelle persone che si occupano dei lavori considerati intellettuali e di più grande prestigio sociale. In questo esempio *i colletti blu* sono connessi ad uno dei candidati presidenziali americani, a Donald Trump, che viene presentato come salvatore di questa classe sociale inferiore che ha finalmente trovato il suo leader. Vale a dire, Trump viene presentato come candidato che possiede l'empatia per quelli più poveri. Indicando chiaramente che l'altra candidata, Hillary Clinton, non lavorerebbe come presidente nell'interesse dei *colletti blu*. D'altra parte, *una mina vagante* è una espressione scherzosa per indicare una persona poco affidabile ed imprevedibile che nell'esempio [5] si riferisce a Donald Trump e viene usata per dipingere ancora di più il suo carattere particolare ed eccentrico e darne un'immagine come persona sicuramente non adatta alla posizione presidenziale.

<sup>5</sup> Le unità lessicali superiori possono essere formate da: N + preposizione + N (*avviso di garanzia, cucina a gas*), N + N (*conferenza stampa, marito modello*), N + A (o A + N) (*conto corrente, mutuo soccorso*) (cfr. Trifone e Palermo, 2009: 243). Le stesse espressioni vengono trattate come composti da diversi autori (cfr. D'Achille, 2003; Dardano, 2009).



### 4.3. Ripetizione

L'intensità di un concetto viene talvolta espressa mediante le ripetizioni che guidano il destinatario verso ciò cui dovrebbe prestare più attenzione. Il susseguirsi di due stesse parole, descritto come reduplicazione sintattica (o espressiva) (cfr. Grandi, 2017: 60), raddoppiamento espressivo (cfr. Serianni, 2006) o "*word reduplication*" (Dressler e Merlini Barbaresi, 1994: 510), costituisce una iterazione in cui viene denotata al grado più alto la proprietà saliente dell'elemento ripetuto. A tale scopo possono essere impiegati gli avverbi (*ancora ancora, adesso adesso*), gli aggettivi (*forte forte, veloce veloce*), i verbi ("*lenta la neve fiocca, fiocca, fiocca*") e i nomi (*un caffè caffè*) (cfr. Serianni, 2006).

La strategia di ripetizione comprende anche la semplice ricorrenza di una parola o espressione all'interno di una frase o di un testo per conferire l'enfasi desiderata dall'autore. L'uso della ripetizione in funzione di intensificazione appare 44 volte con diverse categorie di parole: avverbio (13), nome (11), aggettivo (8), preposizione (8) e verbo (4). La ripetizione è probabilmente il modo più semplice per dirigere l'attenzione del lettore alla nozione o all'idea desiderata dall'autore dell'articolo. L'idea è che una parola o unità di parole non sarebbe ripetuta più volte se non fosse di particolare importanza. Nell'esempio [6] si osserva la ripetizione di un prestito non-adattato, *l'establishment*. Si trova nella funzione di rafforzare l'opposizione dell'emittente contro *l'establishment* e di avvicinarlo allo stesso tempo al destinatario, al pubblico, indicando chiaramente colui che appartiene all'opzione politica che non fa parte dell'*establishment* e che si trova più vicino all'interesse della gente comune.

[6] Sì, è una protesta contro *l'establishment*, ma noi non siamo *l'establishment*. (RP 10/11/2016)

[7] Infatti, è più facile dichiarare le proprie preferenze quando non dobbiamo esprimere le "*nostre*" scelte di voto e di partito, relativamente alla "*nostra*" realtà e alla "*nostra*" competizione politica-nazionale. (RP 07/11/2016)

Nell'esempio [7] si osserva la ripetizione dell'aggettivo possessivo *nostro*. In questo contesto l'aggettivo al femminile *nostra* si riferisce a tutto ciò che rappresenta l'italianità: la patria, lo stato e anche il futuro del popolo italiano. Usando questo aggettivo l'autore vuole commuovere il lettore incitandolo ad agire nell'ambito dell'idea di unità.

[8] I pericoli di una presidenza Trump sono ovvi: *non solo* Trump promette di nominare giudici conservatori alla Corte Suprema, *non solo* mobilita i più cupi circoli dei suprematisti bianchi e flirta con il razzismo anti-immigrati; *non solo* si fa beffa delle regole del vivere civile e simboleggia la disintegrazione delle norme etiche fondamentali [...] (RP 07/11/2016)

- [9] C'è molta disinformazione: la gente che dice di votare No lo fa *contro* Renzi, *contro* Crocetta, per una migliore Sanità, per una migliore formazione professionale. (RP 09/11/2016)

La ripetizione di *non solo* [8] è nella funzione di enfatizzare il grado della gravità del problema in questione, in questo caso, della possibilità che Donald Trump diventi il nuovo presidente degli Stati Uniti. Al lettore viene trasmesso il messaggio che Trump, se eletto, sarebbe stato un pessimo presidente. Il *non solo* serve per indicare che i difetti di Trump sono senza fine e nessun motivo è giustificabile per dare il proprio voto a lui. Nell'esempio [9] si osserva la ripetizione di una preposizione. La ripetizione di *contro* viene usata per esprimere una forte negazione, in questo contesto il giornalista vuole mettere in rilievo le ragioni della delusione del popolo per il governo presente. Vuole presentare al lettore la propria opinione sulle ragioni dell'eventuale esito negativo del futuro referendum.

#### 4.4. Anteposizione di aggettivi qualificativi

Gli aggettivi anteposti al nome possono essere adoperati come intensificatori del nome. I più frequenti, spesso preceduti dall'articolo indeterminativo, sono 'bello' e 'buono': *un bel saluto, un bel dolcino, una buona parte, un buon pezzo di*. Tale funzione possono assumere anche gli altri aggettivi: *un vero gentleman, una discreta colomba, un piccolo regalo, un gran lavoro, un forte legame* ecc. (cfr. Serianni, 2006). Secondo Grandi, gli schemi *un gran X (maschile) / una gran X (femminile)* e *un vero X (maschile) / una vera X (femminile)* sono costruzioni analitiche (cfr. Grandi, 2017: 62) perché escono dal dominio della formazione delle parole.

Gli aggettivi qualificativi anteposti al nome appaiono 82 volte nel corpus prescelto. Si tratta degli aggettivi *buono, bello, forte, grande, largo, vecchio* e *vero*, che anteposti al nome assumono un significato figurato e intensificato.

*Vera* e *grande* nell'esempio [10] sono usati per rafforzare in questa frase il forte contrasto tra la ricezione della riforma costituzionale e l'Italicum all'interno del Pd. L'omissione di questi due aggettivi non suscita lo stesso effetto e il loro uso è cruciale nel dipingere come questi due referendum abbiano cambiato il più grande partito in Italia, il Partito Democratico. L'esempio [11] dimostra l'anteposizione dell'aggettivo *vecchio*. L'aggettivo *vecchia* non si riferisce all'età della politica, ma piuttosto ai vecchi modi e alle abitudini datate dei politici che hanno governato nel passato e che governano oggi. Questa *vecchia politica* si identifica con lo *status quo* e viene percepita con una connotazione negativa in quanto ciò che è *vecchio* deve essere cambiato e superato per andare avanti.

- [10] La riforma costituzionale è stata votata da tutto il Pd, minoranza inclusa. L'Italicum invece ha provocato la *vera grande* rottura. (RP 06/11/2016)

- [11] Siamo di fronte all'elezione di un uomo che aveva contro tutto ma che è riuscito a incarnare nella sua persona il gesto liberatorio, ritenuto capace di rovesciare il tavolo della *vecchia* politica e dello status quo. (RP 10/11/2016)

L'aggettivo *bello* dell'esempio [12] chiaramente non si riferisce alla bellezza esteriore delle cose che promette Matteo Renzi, ma al loro eventuale beneficio per lo stato italiano. In questo caso viene usato ironicamente per indicare che queste *belle cose* che promette Renzi sono solo promesse e le *cose* che propone Renzi possono essere *belle* solamente come immaginazioni e parole, ma non vengono mai realizzate. Infine, il sintagma *forte attenzione* nell'esempio [13] significa molta attenzione, si trova in funzione di sottolineare l'importanza al lettore del referendum che segue. Si sottintende l'importanza di votare al referendum e di votare nel modo giusto, perché come viene letteralmente espresso *la forte attenzione* sul referendum non è presente solo in Italia, ma anche nel mondo. È un appello aperto ai lettori di presentarsi e di votare nel giorno del referendum, perché avranno la possibilità di contribuire direttamente al futuro del loro paese e alla posizione dell'Italia paese nell'Europa e nel mondo.

- [12] "Renzi promette sempre *belle* cose a parole, ma nei fatti si rivelano un disastro", risponde Di Maio. (RP 08/11/2016)
- [13] "Quello che accade in alcuni Paesi si ripercuote nel resto del continente", ha commentato Lazar, ricordando la *forte* attenzione che c'è all'estero per l'esito del voto referendario italiano. (RP 11/11/2016)

#### 4.5. *Forme superlative di aggettivi e avverbi*

Nel processo di intensificazione la gradazione si adopera "per caricare l'espressione di maggiore drammaticità" (Liveranni Bertinelli, 1994: 122). Per esprimere la massima gradazione intensiva dell'aggettivo, l'italiano si serve innanzitutto del superlativo relativo e superlativo assoluto. Gli aggettivi, gli avverbi ed a volte anche i nomi possono avere la forma superlativa assoluta formata con il suffisso *-issimo* che viene adoperata nello scopo di intensificare il significato originario (*lontanissimo, tardissimo; pochissimo, benissimo; finalissima, canzonissima* ecc.). Questo suffisso viene detto anche elativo, perché "esprime il grado più elevato di intensità su una scala di valori alti ma non polari" (Gaeta, 2011).

Le diverse forme superlative appaiono nel corpus 93 volte, divise in modo seguente: superlativi assoluti (44), superlativi relativi (43) e superlativi avverbiali (6).

Oltre alle ripetizioni e ai prestiti, le forme superlative sono la strategia di intensificazione più facilmente identificabile, grazie alla loro forma subito riconoscibile, soprattutto le forme assolute formate mediante la suffissazione

[14]. Bastava dire che il fallimento era pesante, ma con l'aggiunta di *-issimo* non si ottiene solo il valore massimo del significato dell'aggettivo, ma si inserisce una certa ironia nel contenuto della frase, una nota derisoria da parte dell'autore. Nell'esempio [15] si osserva il superlativo aggettivale relativo. In questa frase viene glorificato il nazionalismo e attraverso l'uso di un superlativo aggettivale l'autore offre al lettore l'idea che il nazionalismo sia l'unica cosa che rimarrà, anche se tutto il mondo volge verso la rovina.

[14] C'è bisogno di un cambiamento dopo *il pesantissimo* fallimento ed è necessario restituire il Partito Democratico al popolo. (RP 10/11/2016)

[15] Il mondo può cambiare, ma la nostra identità è *la cosa più importante* che abbiamo. (RP 02/11/2016)

[16] Trump ha *l'elettorato più anziano e più bianco*: quello *più disciplinato* nell'esercitare il diritto di voto. (RP 05/11/2016)

[17] Hillary è capace e intelligente, ma ha giocato *malissimo*, credendo di aver già vinto. (RP 09/11/2016)

Il superlativo viene usato tre volte in successione nell'esempio [16] per spiegare le caratteristiche dell'elettorato di Donald Trump. Si tratta della creazione di una connotazione negativa amplificata con la quale l'autore definisce l'elettorato. *Anziano*, *bianco* e anche *disciplinato* si riferiscono all'elettorato che non ha la capacità di analizzare criticamente i candidati disponibili e che senza titubanze dà il proprio voto al candidato del partito per il quale vota già da anni, e in questo caso si tratta dei repubblicani. L'autore chiaramente insinua che l'elettorato repubblicano sia più influenzabile rispetto a quello democratico. L'esempio [17] contiene il superlativo avverbiale assoluto che chiaramente dimostra l'atteggiamento personale dell'autore che dà il proprio giudizio sull'avvenimento politico in questione, il fallimento di Hillary Clinton alle elezioni presidenziali americane. Al lettore viene presentata già l'analisi sconfitta che consiste nel giocare *malissimo* di Clinton, e non nelle qualità dell'altro candidato presidenziale, l'insoddisfazione del popolo, i due mandati precedenti senza i desiderati successi che sono stati ricoperti da un candidato democratico ecc.

#### 4.6. *Uso dell'avverbio*

L'avverbio è la parte del discorso più comunemente menzionata in funzione di intensificatore. Per il processo di intensificazione sono rilevanti soprattutto gli avverbi di giudizio e gli avverbi di quantità. Gli avverbi di giudizio "servono per affermare, negare o esprimere un'opinione sulla probabilità di un evento" (Palermo e Trifone, 2007: 152). Si tratta di avverbi come: *appunto*, *certamente*, *certo*, *proprio*, *sicuramente*, *sicuro* (affermazione) e *neppure*, *non*, *nemmeno*, *neanche* (negazione). Gli avverbi di quantità indicano

in modo non precisato una quantità (*abbastanza, alquanto, altrettanto, appena, assai, meno, molto, niente, nulla, parecchio, più, poco, tanto, quanto, troppo*). Una categoria importante per gli scopi dell'intensificazione sono anche gli avverbi focalizzanti, che modificano il focus della frase ossia l'elemento più importante della frase. I più comuni sono: *addirittura, anche, solo, perfino, proprio, soprattutto, specialmente* (cfr. Palermo e Trifone, 2007).

Dal corpus prescelto vengono estratti 105 esempi, perlopiù avverbi di giudizio e di quantità. Gli esempi [18] e [19] contengono avverbi di quantità *molto* e *troppo*.

[18] Infine, temo l'instabilità politica che potrebbe aprirsi se dovesse vincere il No, perché un momento di instabilità sarebbe *molto* pericoloso per l'Italia. (RP 15/11/2016)

[19] La sua storia è *troppo* eccezionale per pensare che aprirebbe davvero la strada della presidenza alle donne. (RP 08/11/2016)

*Molto* è avverbio di quantità adoperato per intensificare l'aggettivo che precede, in questo caso l'aggettivo *pericoloso*. L'avverbio in questa frase è adoperato in funzione di amplificare la serietà del fenomeno dell'instabilità politica e serve a creare paura e panico, a commuovere il lettore, a imporre la gravità della situazione, della catastrofe che accadrà nell'eventualità vincessi 'il No'. E direttamente suggerisce al lettore di votare al referendum che segue per 'il Sì'. Come nell'esempio precedente, con l'avverbio di quantità *troppo* si rivela l'intenzione dell'autore di dirigere il lettore verso l'opzione politica desiderata. La frase presa dal contesto delle elezioni presidenziali americane e l'opinione prevalente è che, essendo una donna, Hillary Clinton gode di un vantaggio alle elezioni. Aggiungendo all'aggettivo *eccezionale* l'avverbio *troppo* l'autore presenta l'immagine di Hillary Clinton come un fenomeno che va al di fuori dei dibattiti su donne e uomini, suggerendo al lettore che quello non è un motivo sufficientemente valido per dare il suo voto a lei, anche se si tratta di un lettore italiano e non americano.

[20] Il possibile asse Trump-Putin non può che preoccupare l'Europa, *soprattutto* dopo le durissime critiche di Trump all'Alleanza Atlantica durante la campagna elettorale. (RP 14/11/2016)

Nell'esempio [20] l'avverbio di giudizio *soprattutto* viene usato con lo scopo di convincere il lettore del pericolo in cui si trova tutta l'Europa da quando Donald Trump è diventato il presidente degli Stati Uniti. Questo tipo di commento giornalistico proviene probabilmente dal fatto che l'Italia, sotto il governo Renzi, aveva fortemente aderito alla candidata democratica, Hillary Clinton, durante la campagna presidenziale e quella inclinazione si è mantenuta nell'ambito politico italiano anche dopo la sua sconfitta.

#### 4.7. *Prestiti*

Tra le strategie di intensificazione abbiamo incluso anche i prestiti perché sosteniamo che la scelta di usare un prestito al posto di una parola italiana costituisca sicuramente un modo per enfatizzare il concetto espresso in una lingua straniera. I prestiti sono importanti per il processo di intensificazione perché colpiscono immediatamente l'attenzione del destinatario con la forma e pronuncia diverse. Per il linguaggio giornalistico sono più importanti quelli provenienti dalla lingua inglese, come: *club, cocktail, flash, hobby, killer, mass media, offset, okay, partner, playboy, pop, relax, sexy, slogan, sponsor, stop, weekend* ecc. Specialmente sono interessanti quei prestiti che hanno la funzione di evocare una vita o cultura considerati prestigiosi, per esempio: *leader* (capo), *show* (spettacolo), *meeting* (convegno), *manager* (dirigente) ecc. (cfr. Dardano e Trifone, 1997).

I prestiti rappresentano la categoria più numerosa (214) tra gli intensificatori osservati e vengono suddivisi, secondo la provenienza in: anglicismi (199), francesismi (14) e germanismi (1).

La maggior parte dei prestiti sono anglicismi, mostrando così la prevalenza intrusiva della lingua inglese nei quotidiani italiani. Si tratta di prestiti non adattati, legati soprattutto all'ambito della politica, come: *leader, leadership, manager, marketing, slogan, establishment, élite, staff, tour, tycoon, sponsor, shock tour de force, tour, early voting, Millennials, constituency, convention, briefing, ruling class, working class, baby boomer, top secret, information security, endorsement, supporter, Swing State, First Lady*, come si può vedere negli esempi che seguono:

- [21] Per la prima volta, in un'intervista a Euronews rilasciata nei giorni scorsi a Bruxelles il *leader* dei pentastellati ammette: "Decidono il programma e la Rete". (RP 11/11/2016)
- [22] È il manifesto, con *lo slogan* lanciato da Matteo Renzi, della Leopolda numero 7 che si apre domani in serata a Firenze per andare avanti fino a domenica. (RP 03/11/2016)
- [23] "Troppo poco, troppo tardi", gli hanno risposto dallo *staff* della sindaca. (RP 03/11/2016)

*Leader* è l'anglicismo più frequentemente trovato nel corpus prescelto ed è evidente che ha completamente sostituito ogni alternativa italiana, per esempio *capo*, nei contesti in cui si riferisce ai presidenti dei partiti o dei movimenti politici, sia italiani o esteri. In funzione intensificatrice *leader* [21] aumenta definitivamente l'importanza e il potere di queste figure politiche agli occhi del lettore italiano. Dopo *leader* i più frequentemente presenti sono *slogan* e *staff*. *Lo slogan* [22] si riferisce a una battuta propagandistica di un partito o di una figura politica, mentre *lo staff* indica il personale di una figura politica, per esempio [23] di un sindaco. Come *leader* anche *slogan* e *staff* si

sono completamente inseriti nel linguaggio politico italiano, probabilmente sotto l'influsso del linguaggio politico americano.

- [24] Come voi forse sapete, il primo ministro Renzi ha fatto *un endorsement* pubblico. (RP 08/11/2016)
- [25] In secondo luogo resta il fatto che Trump è sostenuto dalla stessa indignazione che ha mobilitato *i supporter* di Bernie Sanders, è visto dalla maggioranza dei suoi sostenitori come il candidato anti-establishment. (RP 07/11/2016)
- [26] "Un colpo al cuore", dice Romano Prodi. Vedere il presidente del Consiglio senza la consueta bandiera dell'Unione europea alle spalle, durante *i briefing* da Palazzo Chigi, è una cosa che l'ex premier proprio non comprende. (RP 11/11/2016)

Questo tipo di prestiti *endorsement* [24], *supporter* [25] e *briefing* [26] non sono usati solamente negli articoli legati alla politica estera, ma sono ormai perfettamente integrati nella lingua politica italiana. Le versioni italiane degli esempi elencati sarebbero: 'sostegno', 'sostenitore' e 'riunione', e sembrano essere alternative perfettamente accettabili entro il contesto politico, ma in funzione di intensificazione veramente non riescono ad ottenere lo stesso risultato.

Un altro gruppo importante sono i numerosi anglicismi legati alle reti sociali che sono diventate importanti mezzi di comunicazione con il pubblico nel mondo della politica: *post* [27], *social* [28], *hashtag* [28], *tweet* [29], *selfie* [30], *blog*, *blogger*, *privacy*, *online*, *offline*.

- [27] Tutto inutile: alla fine, dopo decine di *post* sul forum interno, Varrica annulla "per problematiche operative" l'incontro, ma puntando il dito sulle fughe di notizie. (RP 08/11/2016)
- [28] Per *i social*, già pronto *l'hashtag* su Twitter: #leopolda7. (RP 03/11/2016)
- [29] Dopo *il tweet* di Andrea Cioffi e il post con la cospirazione della magnitudo della Blundo ecco Berti, ex candidato M5s alla guida del Veneto che riesce a strumentalizzare anche la scomparsa di una delle madri della nostra costituzione per fare campagna elettorale. (RP 01/11/2016)
- [30] Ma che non avrebbe accettato lo strappo del No al referendum si era capito sabato scorso quando, a sorpresa, si presentò alla manifestazione del Sì a piazza del Popolo. E si fece *un selfie* con la Boschi. (RP 06/11/2016)

Come si può notare dagli esempi (27-30), il prestito viene usato come risultato della comunicazione delle figure politiche con i cittadini tramite le reti sociali. Si tratta di un settore in continua evoluzione e perlopiù non esistono le loro varianti italiane, perciò sono direttamente prese dalla lingua d'origine, dall'inglese. Nel linguaggio delle rubriche politiche è un metodo di avvicinamento al lettore e cittadino, sebbene le reti sociali oggi occupino

una gran parte della vita di ogni italiano. Usando queste parole si stabilisce il rapporto più personale con il lettore e allo stesso tempo si ha un riferimento al linguaggio giovanile, siccome si tratta di espressioni che prevalentemente fanno parte del discorso fra i giovani.

Fuori di questi due gruppi si possono individuare alcuni tra i più interessanti esempi in funzione intensificatrice, tra i quali l'esempio di *derby* [31] e quello di *big* [32]:

[31] Siamo a un bivio, c'è un referendum che è *un derby* tra passato e futuro, tra cinismo e speranza, tra speranza e proposta, tra nostalgia e domani. (RP 06/11/2016)

[32] Particolare sorprendente, vista la recente sfilata dei *big* (a partire da Renzi, che peraltro tornerà il 18 novembre) e visto il non nutrito campo istituzionale, almeno dentro il Pd, fra gli attivi oppositori della riforma. (RP 09/11/2016)

Il *derby* è un anglicismo usato nel linguaggio sportivo per indicare un incontro fra, di solito due opposenti, ritenuto importante ed eccitante. Trasferito nel contesto politico aumenta la gravità della opposizione tra i due concetti nominati. Nell'esempio [32] i capi politici importanti sono chiamati *i big*, suggerendo il loro potere e la loro reputazione e trasferendo l'aspetto derisivo dalla lingua inglese. Una derisione sottile, per dare al lettore l'immagine dell'assurdità di questi personaggi e possibilmente peggiorarne l'immagine pubblica già esistente.

#### 4.8. Segnali discorsivi

Dal punto di vista della pragmatica, gli intensificatori che operano a livello soggettivo e intersoggettivo<sup>6</sup> appartengono spesso alla classe dei segnali del discorso, vale a dire quegli elementi linguistici che assolvono funzioni non proposizionali come il marchio della coesione sociale, la coesione del discorso e la posizione del parlante (cfr. Bazzanella, 1995, 2010; Nigoević, 2011). I segnali del discorso in funzione di intensificatori segnalano diverse relazioni soggettive dei parlanti verso il testo oppure aiutano alla negoziazione delle relazioni intersoggettive tra relatore e destinatario. La caratteristica dei segnali discorsivi più importante per lo scopo di questa ricerca è la funzione di dirigere il ricevente del messaggio verso la desiderata interpretazione dell'enunciato del parlante. Al ricevente viene suggerito il contesto entro cui deve recepire le informazioni presentate. Con l'uso dei segnali discorsivi si evidenzia l'atteggiamento dell'emittente e la direzione nella quale si svolge l'enunciato (cfr. Schrifin, 2001; Bazzanella, 1995). Per

<sup>6</sup> Per la nozione di soggettività degli intensificatori si vedano Athanasiadou (2007) e Dressler e Merlini Barbaresi (1994).



quanto riguarda le strategie di intensificazione, fra i segnali discorsivi i più importanti sono i focalizzatori ed i meccanismi di modulazione. Questi ultimi sono significativi perché possono essere usati, fra altro, per “rafforzare il contenuto proposizionale di un enunciato” (Bazzanella, 1995: 239). I focalizzatori “hanno la funzione di focalizzare i diversi punti del discorso” (Nigoević e Bilić, 2009: 105) e possono “indirizzare o regolare l’elaborazione dell’informazione a livello cognitivo” (Bazzanella, 1995: 248). I meccanismi di modulazione e i focalizzatori servono ad affermare e drammatizzare ciò che viene dichiarato. Essendo caratteristici della lingua parlata danno ad un articolo giornalistico scritto una impressione di vicinanza tra giornalista e lettore e, dunque, sono molto importanti negli articoli politici in quanto possono direttamente influire sull’opinione del lettore.

I segnali discorsivi sono presenti nel corpus 44 volte. Si tratta di due gruppi di segnali: i meccanismi di modulazione (28) e i focalizzatori (16).

Nell’esempio (33) si tratta di un meccanismo di modulazione:

- [33] A Renzi, *si sa*, piace mostrarsi mentre risponde personalmente in maniche di camicia alle sollecitazioni che gli arrivano dai social. (RP 08/11/2016)

L’espressione *si sa* è usata per confermare ciò che viene detto come informazione che è conosciuta a tutti cosa che potrebbe suggerire al lettore di non essere all’altezza dei contenuti o poco informato. Questa strategia può portare alla manipolazione del lettore. Gli esempi (34) e (35), invece, contengono dei focalizzatori:

- [34] Ma queste modifiche sono *davvero* una priorità per il Paese? (RP 08/11/2016)
- [35] Gli americani hanno fatto una cosa *proprio* pericolosa questa settimana. (RP 09/11/2016)

Si tratta di nuovo dei temi del referendum costituzionale in Italia nella prima frase, e delle elezioni presidenziali americane nella seconda frase. L’avverbio *davvero* viene utilizzato per caricare la domanda retorica di un valore aggiuntivo, quello di sottolineare ciò che viene chiesto e dare al lettore l’idea di condividere il pensiero dell’autore. Nella seconda frase si ripete la stessa situazione, con *proprio* il giornalista riesce a dare un tocco in più e cambia la frase da “moderata” a intensificata. In ambedue i casi si tratta del tentativo di risvegliare il lettore, provocare una reazione shock o di preoccuparlo per la situazione che viene descritta in un dato articolo.

## 5. NOTE CONCLUSIVE

Dopo aver analizzato i processi di intensificazione sul corpus prescelto, che conteneva gli esempi estratti dalle rubriche politiche del quotidiano italiano online, *la Repubblica*, si nota una più alta frequenza di prestiti (214),

prevalentemente anglicismi, rispetto a tutti gli altri elementi analizzati. Si tratta di una manifestazione dell'infiltrazione della lingua inglese e cultura anglo-americana nella vita politica e conseguentemente nella vita quotidiana degli italiani. I prestiti analizzati sono legati soprattutto alle reti sociali oppure al linguaggio politico anglosassone. I più numerosi sono: *leader, leadership, tour, staff, manager*, ecc., completamente integrati nel linguaggio giornalistico delle rubriche politiche. Per quanto riguarda la frequenza degli altri intensificatori, segue il gruppo degli avverbi che appaiono 105 volte e le forme superlative che appaiono 93 volte. Si riscontrano inoltre l'anteposizione degli aggettivi qualificativi (83), i segnali discorsivi (44), la ripetizione (44), la prefissazione e suffissazione (31) e le unità lessicali superiori (28).

Va notato che gli intensificatori sono altamente dipendenti dal contesto: rafforzano o mitigano un determinato elemento e, cosa più importante, assumono significati testuali e pragmatici diversi sulla base di fattori correlati al contesto. Gli intensificatori sono anche collegati a fattori soggettivi o come scrive Athanasiadou (2007: 554) sono 'segnali di soggettività' (*markers of subjectivity*) nella misura in cui le frasi intensificate "possono dirci di più sull'oratore piuttosto che sulla 'realtà' descritta" (König, 2017: 30). Gli esempi che sono stati presi in considerazione ai fini della presente analisi dimostrano che la maggior parte degli intensificatori sono serviti a glorificare o diffamare uno degli aspetti dello spettro politico, o quello italiano o quello estero. L'uso degli intensificatori è stato necessario per l'autore dell'articolo per ottenere dal lettore la desiderata reazione. Si tratta, soprattutto, del loro uso in funzione dell'aumento del livello di drammaticità e tensione della notizia presentata nell'articolo. Inoltre, questi elementi aiutano l'autore, il giornalista, ad aggiungere più facilmente una nota personale al testo, vale a dire ad esprimere la propria opinione sul tema che, poi, influisce sulla ricezione della notizia da parte del lettore.

In conclusione, l'intenzione di questa ricerca era di osservare il particolare tipo di manipolazione del lettore nel linguaggio politico nei giornali quotidiani al livello strettamente linguistico e ci si augura di esser riusciti a dimostrare ed approfondire alcuni processi di intensificazione nella lingua italiana contemporanea.

#### RIFERIMENTI

- Athanasiadou, A. (2007) On the subjectivity of intensifiers. *Language Sciences* 29, 554-565. [doi:10.1016/j.langsci.2007.01.009]
- Bazzanella, C. (1995) I segnali discorsivi. In Renzi, L., Salvi, G. e Cardinaletti, A. (a cura di) *Grande grammatica italiana di consultazione*. Vol. III. Bologna: Il Mulino, 225-257.
- Bazzanella, C. (2010) Segnali discorsivi a confronto. Dati e teoria, un percorso integrato. In Borreguero Zuloaga, M. e Gómez-Jordana Ferary, S. (a cura di) *Marqueurs dudiscours dans le langues romanes: une approche contrastive*. Limoges: Lambert-Lucas, 37-50.
- Beltrama, A. (2014) *This Is Totally Interesting. Intensifiers Between Formal Semantics And Social Indexicality*. Michigan: Michigagan.

- Bolinger, D. (1972) *Degree Words*. The Hague: Mouton. [doi: 10.1515/9783110877768]
- Bonomi, I., Masini, A. e Morgana, S. (a cura di) (2003) *La lingua italiana e i mass media*. Roma: Carocci.
- Cimaglia, R. (2010) Intensificatori. In *Enciclopedia dell'italiano*. [http://www.treccani.it/enciclopedia/intensificatori\\_\(Enciclopedia-dell'Italiano\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/intensificatori_(Enciclopedia-dell'Italiano)/) (1.10.2018.)
- D'Achille, P. (2003) *L'italiano contemporaneo*. Bologna: Il Mulino.
- Dardano, M. (2009) *Costruire parole. La morfologia derivativa dell'italiano*. Bologna: Il Mulino.
- Dardano, M. e Trifone, P. (1997) *La nuova grammatica della lingua italiana*. Bologna: Zanichelli.
- Delmonte, R.; Gifu, D. e Tripodi, R. (2013) Opinion and Factivity Analysis of Italian political discourse. In Basili, R.; Sebastiani, F. e Semeraro, G. (a cura di) *Proc. 4th Italian Information Retrieval Workshop*, Pisa: CEUR Workshop Proceedings (CEUR-WS.org), 88-99.
- Diaconescu, R. (2009) *Il linguaggio dei giornali italiani*. Craiova: Analele Universității din Craiova. Seria Științe Filologice. Lingvistică.
- Dressler, W. e Merlini Barbaresi, L. (1994) *Morphopragmatics. Diminutives and Intensifier in Italian, German and Other Languages*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Gaeta, L. (2011) Superlativo. In *Enciclopedia dell'italiano*. [http://www.treccani.it/enciclopedia/superlativo\\_\(Enciclopedia-dell'Italiano\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/superlativo_(Enciclopedia-dell'Italiano)/) (1.10.2018.)
- Galli de' Paratesi, N. (2009) Eufemismo e disfemismo nel linguaggio politico e nell'italiano di oggi. In Druetta, R. e Paissa, P (a cura di) *Euphémismes et stratégies d'atténuation du dire*. Synergies Italie (numero speciale), 137-144.
- Grandi, N. (2017) Intensification processes in Italian. In Napoli, M. e Ravetto, M. (a cura di) *Exploring intensification: synchronic, diachronic and cross-linguistic perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 55-77.
- König, E. (2017) The comparative basis of intensification. In: Napoli, Maria e Ravetto, Miriam (a cura di) *Exploring intensification: synchronic, diachronic and cross-linguistic perspectives*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins, 15-32.
- Labov, W. (1984) Intensity. In Schiffrin, D. (ed.), *Georgetown University Round Table on Language and Linguistics*. Washington DC: Georgetown University Press, 43-70.
- Liverani Bertinelli, F. (1994) *L'italiano contemporaneo visto attraverso la stampa: aspetti semantici del lessico e della morfosintassi*. Perugia: Guerra Edizioni.
- Napoli, M. e Ravetto, M. (a cura di) (2017) *Exploring intensification: synchronic, diachronic and cross-linguistic perspectives. Studies in Language, Companion Series*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins.
- Nigoević, M. (2011) Neka načela određivanja diskursnih oznaka. In *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 37 (1), 121-145.
- Nigoević, M. e Bilić, M. (2009) Segnali discorsivi: Tempo guadagnato o tempo perduto. In Atti del XVII Congresso A.I.P.I. Ascoli Piceno, 22-26 agosto 2006: *Tempo e memoria nella lingua e letteratura italiana*, Vol. I, *Linguistica e didattica*. Bruxelles: Associazione Internazionale Professori d'Italiano, 101-113.
- Palermo, M. e Trifone, P. (2007) *Grammatica italiana di base*. Bologna: Zanichelli.
- Saidat, A. M., Saidat, E. M., Rafayah, H. A. e Taweel, A. Q. (2011) Hedging in Political Discourse. *The Linguistics Journal* 5 (1), 169-196.
- Schiffrin, D. (2001) Discourse Markers: Language, Meaning, and Context. In Hamilton, H., Schiffrin, D. e Tannen, D. (a cura di) *The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell Publishers, 54-75.
- Sensini, M. (1997) *La grammatica della lingua italiana*. Milano: Mondadori.
- Serianni, L. (2006) *Grammatica italiana. Italiano comune e lingua letteraria. Suoni, forme, costrutti*, con la collaborazione di Alberto Castelvechi. Torino: UTET.
- Sobrero, A. A. (a cura di) (1993) *Introduzione all'italiano contemporaneo. Le strutture*. Vol. I. Roma – Bari: Laterza.
- Trifone, P. e Palermo, M. (2009) *Grammatica italiana di base* (2a ed., ristampa). Bologna: Zanichelli.
- Sitografia *la Repubblica*, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it) (1.11.2016. – 15.11.2016.)

## NEKE STRATEGIJE INTENZIFIKACIJE U NOVINSKOM JEZIKU

Ovaj rad istražuje ulogu procesa intenzifikacije u političkim rubrikama talijanske dnevne novine *La Repubblica*. Glavni je cilj uočiti načine na koje različite strategije intenzifikacije utječu na percepciju sadržaja članaka i kako se izvorno značenje mijenja uz prisutnost tih elemenata.

Za potrebe ovog istraživanja polazi se od definicije intenzifikacije u širem smislu koja uključuje neke strategije i jezične procese uglavnom na morfološkoj, leksičko-semantičkoj i pragmatičkoj razini. Ekscerpiraju se riječi i skupine riječi koje imaju funkcije intenzifikacije te se klasificiraju u osam različitih podskupina: prefiksalsna i sufiksalsna tvorba, višechlane konstrukcije (kolokacije i frazemi), ponavljanje, superlativni oblici, antepozicija opisnih pridjeva, korištenje priloga, posuđenice i diskursne oznake. U analizi se prikazuju i komentiraju odabrani primjeri te se na osnovi njihove učestalosti zaključuje o najčešćim strategijama intenzifikacije u odabranom korpusu.

Ključne riječi: *suvremeni talijanski jezik, intenzifikatori, novinski jezik, političke rubrike*

## SOME INTENSIFICATION STRATEGIES IN THE NEWSPAPER LANGUAGE

This paper examines the role of the process of intensification in the political columns of the Italian newspaper *La Repubblica*. The main objective is to observe how different intensification strategies affect the perception of the articles' content and how the original meaning changes with the presence of such elements.

For the purpose of this study, a broad definition of intensification is assumed that includes some strategies and linguistic processes mainly on the morphological, lexico-semantic and pragmatic level. Words and groups of words identified as intensifiers are excerpted and then classified into eight different subgroups: prefixation and suffixation, lexical units (collocations and idiomatic phrases), repetition, superlative forms, anteposition of qualifying adjectives, use of adverbs, loan words and discourse markers. The analysis includes the representation and the commentary of the most significant examples and, based on their frequency, concludes on the most common strategies of intensification in the selected corpus.

Keywords: *contemporary Italian language, intensifiers, journalistic language, political columns*