Sommario

Ringraziamenti 13

Una prospettiva diversa. Introduzione 15

Parte I. Stato della ricerca

Introduzione 23

1. Dalla merce al desiderio. Cenni sullo sviluppo storico della marca 23

2. Riflessioni teoriche sul nome di marca: diritto e marketing 28
   2.1 Diritto: avere un nome 29
   2.2 Marketing: farsi un nome 30

3. Linguistica: essere un nome. Aspetti teorici 32
   3.1 Terminologia e definizioni 32
   3.2 Categoria grammaticale 37
   3.3 Evoluzioni nell'uso linguistico quotidiano 41

4. Linguistica: studi descrittivi 45
   4.1 Analisi formale 45
   4.2 Marchionimi nelle opere lessicografiche 47
   4.3 Analisi contestuale 50

Conclusioni 53

Parte II. Fondamenti teorici e metodologici

1. Premesse teorico-metodologiche 57
   1.1 Valore 57
   1.2 Funzione 59

Bibliografische Informationen
http://d-nb.info/1139454064

digitalisiert durch DEUTSCHE NATIONAL BIBLIOTHEK

1.3 Studiare relazioni e ricercare opposizioni 60
1.4 Non basta la semantica? 63
1.5 Notazioni 65

2. Studi sintattici sui nomi propri (di marca) 65

3. I dati: criteri di raccolta e problemi 70

Parte III. Analisi morfosintattica

Introduzione 77

1. Nessi nominali: usi argomentali 79
Introduzione 79
1.1 Determinazione 81
1.1.1 Determinatori sintatticamente motivati 81
1.1.2 Presenza e assenza di determinatori come varianti liberamente alternanti 87
1.1.3 Nomi commerciali sistematicamente determinati 94
1.1.4 Ellissi o nominalizzazione? Il significato come processo 98
1.1.5 Riflessioni sistemiche sulla determinazione 112
1.2 Genere e numero 116
1.2.1 Genere 116
1.2.2 Numero 124
1.3 Modificazioni predicative 127
1.3.1 Attributi 128
1.3.2 Apposizioni 132
Conclusioni 135

2. Nessi nominali: usi predicativi 139
Introduzione 139
2.1 Marchionimo come predicato di denominazione 143
2.1.1 Il costrutto *azienda Nmc* 143
2.1.2 Il costrutto *marca/marchio Nmc* 152
2.2 Marchionimo come modificazione attributiva 165

2.2.1 Nessi *N Nmc* con nomi concreti (relazione prodotto-produttore) 165
2.2.2 Nessi *N Nmc* con nomi astratti 175
2.2.3 Nessi *N Nmc* con nomi [+ umani] 179

Conclusioni 182

3. Nessi preposizionali 185
Introduzione 185
3.1 Funzione argomentale 187
3.1.1 Nessi preposizionali con funzione argomentale nucleare 187
3.1.2 Complementi preposizionali del predicato 188
3.2 Modificazioni predicative: complementi di specificazione (*N di Nmc*) 193
3.2.1 Valore soggettivo e oggettivo 193
3.2.2 Relazione prodotto-produttore 198
3.2.3 Con nomi [+ umani] 201
3.2.4 Relazione contenente-contenuto 205
3.2.5 Funzione di aggettivi relazionali 207
3.3 Altre tipologie di modificazioni predicative: il costrutto *N da Nmc* 210
3.4 Supplementi predicativi 212
3.4.1 Supplementi locativi 212
3.4.2 Mezzi di trasporto 218
3.4.3 Abbigliamento 221
Conclusioni 223

4. Sintassi della proposizione 227
Introduzione 227
4.1 Funzione di soggetto e restrizioni di selezione 229
4.2 Oggetti diretti in combinazione ricorrente con un predicato 233
4.3 Costruzioni copulari 236
4.3.1 Nomi commerciali e predicato d'identità 236
4.3.2 Nomi commerciali in funzione predicativa 238

4.4 *Volare Alitalia*. Usi avverbiali 240
4.4.1 Inquadramento diacronico 240
4.4.2 Analisi funzionale: uso avverbiale o uso argomentale? 242
4.4.3 Interpretazione del costrutto 245
4.5 *Quel cowboy targato Marlboro*. Etichette metalinguistiche 246
4.5.1 Aspetti predicativi della struttura 246
4.5.2 Modificazione denominativa (con nomi riferiti a prodotti) 248
4.5.3 Usi metaforici 251
4.5.4 Non solo targhe, non solo firme. L'esempio di *calzato* 256
4.6 *Alla Renault volevano Prost*. Nessi preposizionali e soggetto non specificato 256
4.6.1 Con *verba dicendi* 257
4.6.2 Con altri predicati verbali 259
4.6.3 Osservazioni sulla struttura 260
Conclusioni 262

5. *Barilliani* o *DeCecchisti*? Derivazione e composizione 265
Introduzione 265
5.1 Formazioni per affissazione 266
5.2 Formazioni per composizione 268
Conclusioni 269

6. Usi metaforici 271
Introduzione 271
6.1 Marchionimi metaforici in funzione argomentale 273
6.1.1 Usi non modificati: *Det Nmc* 273
6.1.2 Usi modificati: *Det Nmc Mod* 277
6.2 Marchionimi metaforici come modificatori 280
6.2.1 Modificazione semplice: *N Nmc* 280
6.2.2 Con preposizione: *N da Nmc*, *N a(Det) Nmc* 284
Conclusioni 286

7. Dagli Avirex ai Miss Sixty in dodici anni. Marchionimi e narrativa: analisi di Federico Moccia, *Tre metri sopra il cielo* 287
Introduzione 287
7.1 Usi argomentali e predicativi. Analisi linguistica 289
7.2 Sistema della moda, sistema della lingua. Tratti e valori 294
7.3 Le massaie di Migliorini e la nascita di luoghi comuni 296
Conclusioni 298

8. Consuntivo dell'analisi 301
8.1 Nessi nominali: usi argomentali 302
8.2 Nessi nominali: usi predicativi 304
8.3 Nessi preposizionali 306
8.4 Sintassi della proposizione 308

9. Conclusioni 311

Bibliografia 319

Indice analitico 333

Indice dei nomi di marca citati 339