



Accademia della Crusca – Firenze

Premio Giovanni Nencioni
per una tesi di dottorato discussa all'estero
V edizione, anno 2016

La Commissione giudicatrice del Premio Giovanni Nencioni, bandito dall'Accademia della Crusca grazie al sostegno dell'Associazione «Amici dell'Accademia della Crusca» e destinato a una tesi di dottorato discussa all'estero, composta dagli Accademici Proff. Vittorio Coletti, Rosario Coluccia e Vittorio Formentin, si è riunita, avvalendosi di strumenti telematici, il giorno 25 luglio 2016, per procedere, a norma del bando, alla valutazione delle tesi di dottorato presentate e ammesse al concorso, le quali sono:

1. M. C. Janner, *Sguardi linguistici sulla marca. Analisi morfosintattica dei nomi commerciali in italiano*;
2. I. Mingioni, *Aspetti formali e semantico-pragmatici dei connettivi di chiusura del discorso in prospettiva storica e sincronica*.

Entrambe le tesi, dopo un approfondito esame, sono parse meritevoli di considerazione per l'interesse dell'argomento, l'originalità della prospettiva di studio, la sicurezza della metodologia, la conoscenza della bibliografia pertinente. Tuttavia i Commissari, con giudizio unanime, hanno ritenuto di assegnare il premio alla tesi di dottorato della dott.ssa Maria Chiara Janner, intitolata:

Sguardi linguistici sulla marca. Analisi morfosintattica dei nomi commerciali in italiano, discussa presso l'Università di Zurigo il 15 settembre 2015 (relatori i Proff. N. La Fauci, Universität Zürich UZH e Elwys De Stefani, KU Leuven),
con la seguente motivazione:

Il lavoro di M. C. Janner riconsidera in termini scientifici innovativi la problematica categoria dei nomi di marca (o marchionimi) in italiano, di solito studiata dai linguisti da un punto di vista esclusivamente lessicale e onomastico. Invece la Janner, sulla base di un'ampia documentazione scritta tratta da quotidiani, riviste e romanzi pubblicati negli ultimi trent'anni, propone d'interpretare i marchionimi in un'originale prospettiva morfosintattica, che intende mostrare come i nomi commerciali funzionino nella frase correlandosi agli altri costituenti sintattici (articoli e altri determinanti, preposizioni, nomi, aggettivi, predicati verbali). Dopo aver riassunto lo stato degli studi linguistici sull'argomento (Parte I) e aver descritto la cornice teorica e metodologica della sua ricerca (Parte II), la Janner nella Parte III, suddivisa in sette capitoli, presenta i risultati della sua analisi strutturale del marchionimo, basata sull'osservazione dei suoi comportamenti morfosintattici effettivi, non fittizi, così come risultano dai circa 700 esempi reali di costrutti con marchionimo nell'italiano scritto contemporaneo da lei utilizzati nella tesi. Le varie funzioni morfosintattiche del nome di marca (argomentale, predicativa, avverbiale) sono descritte e analizzate con acutezza e perspicacia, sicché i risultati di questo lavoro costituiscono un notevole incremento di conoscenza rispetto al già noto. All'interno della Parte III, d'interesse non solo specialistico risultano il cap. 6 sull'uso metaforico dei marchionimi e il cap. 7 dedicato all'analisi dei nomi commerciali e delle loro variazioni nelle due redazioni (1992 e 2004) di un fortunato romanzo di Federico Moccia.

Completati i lavori, il presente verbale è approvato all'unanimità e seduta stante, e trasmesso all'Accademia per gli opportuni adempimenti.

Firenze, 25 luglio 2016

I componenti della Commissione:

Prof. Vittorio Formentin, Presidente Firmato

Prof. Vittorio Coletti, Componente Firmato

Prof. Rosario Coluccia, Segretario verbalizzante

Rosario Coluccia

