


Justyna Groblińska

Université de Łódź

 <https://orcid.org/0000-0003-3993-2203>

justyna.groblinska@uni.lodz.pl

Come si manifestano le emozioni nei nomi delle organizzazioni non profit italiane?

RIASSUNTO

La manifestazione delle emozioni negli onimi non è un fenomeno frequente. Vista però la ricchezza generale della crematonimia, l'obiettivo di questo articolo è di verificare come si manifestano le emozioni nei nomi delle organizzazioni non profit italiane. L'analisi di oltre 100 mila voci crematonimiche ha inoltre permesso di stabilire a quali livelli e con quali strumenti linguistici gli italiani esprimono le loro (e altrui) emozioni nei nomi delle organizzazioni non profit. L'espressione delle emozioni viene effettuata a livello grammaticale, semantico, retorico o extralinguistico. Fra gli strumenti, invece, si possono enumerare rispettivamente: affissi, lessemi, metafore, nonché simboli grafici che accompagnano un crematonimo. La ricerca ha dato anche possibilità di constatare che il riferimento alle emozioni nei crematonimi sociali ha una funzione pragmatica, sociale e di marketing.

PAROLE CHIAVE – linguistica, crematonomastica, organizzazioni non profit italiane, terzo settore, emozioni

How Do Emotions Manifest Themselves in the Italian Non-Profit Organisations' Names?

SUMMARY

The emotions' manifestation in the onyms is not a frequent phenomenon. Although, due to the chrematonymy's general richness, the main aim of this article is to verify how the emotions manifest themselves in the Italian non-profit organisations' names. The analysis of more than 100 000 chrematonyms has given the opportunity to decide on which levels the Italians express their (and other's) emotions in the non-profit organisations' names. The expression of the emotions is realized on the grammatical, semantic, rhetorical or extralinguistic level. Another goal of this paper is to find out with what kind of linguistic instruments the emotions are expressed. Among those instruments we will observe: affixes, lexemes, metaphors, or graphic symbols that accompany a chrematonym. The research has given the opportunity to prove that the reference to the emotions in the social chrematonyms has pragmatic, social and marketing functions.

KEYWORDS – linguistics, chrematonomastics, Italian non-profit organisations, third sector, emotions



© by the author, licensee University of Lodz – Lodz University Press, Lodz, Poland. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license CC BY-NC-ND 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)
Received: 2022-10-19; Accepted: 2022-12-16

Introduzione

L'espressione delle emozioni nei nomi propri sembra riscuotere scarso interesse da parte degli studiosi onomasti¹, probabilmente a causa della rara frequenza con cui viene espressa la sfera dell'emotività negli onimi. I crematonimi danno però l'impressione, invece, di sviluppare maggiormente questa tendenza. Il corpus dei nomi delle organizzazioni non profit (NONP²) suggerirebbe che spesso le emozioni siano espresse per ridurre la distanza tra i mittenti e i destinatari dei comunicati crematonimici oppure a scopo distintivo e, di conseguenza, con finalità di marketing – per rendere un onimo più originale e visibile.

Prima di passare alla parte centrale dell'articolo occorre spiegare che cosa si intende con il termine *emozione*. Secondo il *Dizionario della lingua polacca* a cura di Witold Doroszewski, l'emozione è *forte commozione, eccitazione, agitazione; forte sentimento di rabbia, paura, vergogna, gioia, dispiacere, ecc.*³ (trad. dell'autrice). Il vocabolario *Treccani* la descrive in un modo simile (*impressione viva, turbamento, eccitazione*⁴), notando allo stesso tempo che nel linguaggio della psicologia la definizione sarà più specifica, mentre in generale l'emozione può essere compresa come sinonimo del termine *sentimento*⁵.

Che cosa dunque significherà il termine *emozione* in questo testo? L'emozione sarà considerata secondo il suo significato ampio e racchiuderà non soltanto le emozioni *stricto sensu*, ma anche sentimenti, stati d'animo, rapporti interpersonali e le più diverse sfumature di reazione psicologica e fisiologica della persona. Le precise interpretazioni delle emozioni identificate nei NONP saranno indicate nella parte analitica dell'articolo.

1. Metodologia

L'oggetto di questa ricerca sono i NONP italiani nei quali si evochi un'emozione. L'indagine è basata sul materiale crematonimico (raccolto negli anni 2016-

¹ Si consulti per esempio una delle più abbondanti fonti degli studi onomastici polacchi per capirlo – cfr. Rzetelska-Feleszko, 1998.

² Nell'intero testo dell'articolo l'acronimo NONP indicherà *nome/-i propri(o) delle organizzazioni non profit* (iscritte ai registri italiani, che svolgono la loro attività sul territorio italiano). Con il termine *organizzazione non profit* intendo “costituita per il perseguimento, senza scopo di lucro, di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale mediante lo svolgimento di una o più attività di interesse generale in forma di azione volontaria o di erogazione gratuita di denaro, beni o servizi, o di mutualità o di produzione o scambio di beni o servizi” (legge n. 117 del 3 luglio 2017, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n. 179 il 2 agosto 2017, p. 1).

³ <https://sjp.pwn.pl/doroszewski/emocja;5426028.html>, ultima consultazione il 29 settembre 2022.

⁴ Cfr. https://www.treccani.it/vocabolario/emozione_res-6b5bee4d-001a-11de-9d89-0016357e-ee51/, ultima consultazione il 29 settembre 2022.

⁵ Cfr. <https://www.treccani.it/vocabolario/emozione/>, ultima consultazione il 29 settembre 2022.

2019⁶) che ammonta a 113.595 denominazioni (oltre il 31,6% di tutte le organizzazioni attive in Italia al 31 dicembre 2018 – 359.574 secondo i dati Istat⁷). I dati sono stati raccolti manualmente. L'analisi è stata effettuata in prospettiva crematonomastica, includendo tratti pragmatico-comunicativi e linguistico-culturali. Per rispondere alla domanda centrale e descrivere le manifestazioni delle emozioni nei NONP è stato applicato il metodo sincronico e qualitativo.

2. Le manifestazioni delle emozioni nell'onomastica

Come è stato precedentemente accennato, a prima vista gli onimi in generale non si associano all'espressione delle emozioni. Infatti, molti linguisti sostengono che la più rilevante funzione dei nomi propri sia quella di identificare e distinguere un determinato designato all'interno della collettività (Dunaj, 2017: 77; Rutkowski, 2010: 54; Kaleta, 1998: 18; Polański, 1993: 217). Non si può però trascurare il fatto che gli accrescitivi, i diminutivi o i vezzeggiativi siano delle varianti in funzione espressiva degli antroponomi ufficiali. *Paolino, Mariuccia* o *Beppone* ne saranno gli esempi italiani, mentre in polacco si possono citare come esempio *Maniek, Stefus* o *Kacha*.

Nel contesto antroponomico si può andare oltre e rievocare fatti etimologici che rivelano molti nomi e cognomi che nascondono specifiche emozioni. In uno dei suoi libri, Caffarelli ci ricorda la storia dei nomi medievali, molti dei quali avevano carattere gratulatorio o augurale, che segnalavano la grazia, la gioia o l'augurio per un futuro prospero, ad esempio: *Crescimbene, Diotifeci, Graziadei, Grazia* e simili. Analizzando questi esempi si nota subito la manifestazione delle emozioni positive da parte dei genitori (o dei tutori). Caffarelli ne aggiunge altre, allusive all'arricchimento della famiglia dovuto al neonato: *Amico, Bencivenga, Benenato, Benvenuto, Boncompagno, Buontempo*, ecc. Inoltre, viste le condizioni igieniche in epoca medievale e l'elevata mortalità infantile, molto spesso le famiglie esprimevano la loro soddisfazione per la sostituzione di un bimbo prematuramente scomparso con un secondo-, terzo-, quartogenito, ecc. A questo punto si tratta di nomi come *Paribono, Paribello, Buoncambio, Migliore*

⁶ Anche se da qualche anno (anni 2014-2017 in poi) sta entrando in vigore la riforma del terzo settore RUNTS, che prevede tra l'altro un registro unico degli enti del terzo settore, non tutte le organizzazioni hanno intenzione di farne parte (https://italianonprofit.it/riforma-in-movimento/risultati/?utm_source=all&utm_medium=email&utm_campaign=report-risultati-rim#runts, ultima consultazione il 29 settembre 2022). In generale, l'accesso ai dati anagrafici di tutti gli enti non profit non è semplice: sembra che, nonostante molti sforzi amministrativi, fino ad oggi non esista un registro obbligatorio per tutte le organizzazioni e disponibile al pubblico (Groblińska, 2022: 15). Perciò il corpus preparato per questa ricerca ha un carattere eterogeneo – creato grazie a decine di registri di dimensione regionale (per la lista completa delle fonti – cfr. Groblińska, 2022: 185-189, 193).

⁷ Cfr. <https://www.istat.it/it/archivio/248321>, ultima consultazione il 1 ottobre 2022.

(sic!) e dei cognomi *Cambi, Parboni, Paribelli, Migliorini, Migliorati*, ecc. Dato ancora più interessante, non tutti i nuovi nati erano benvenuti secondo il linguista. Ne dà, ovviamente, le prove: *Perquezivenisti* ('perché ci sei venuto?'), *Aggravio, Malavolta, Malfatto, Maltempo, Nontivoglio, Orcibasta, Finimola, Ultimo* e altri (Caffarelli, 2013: 17-19).

I fatti linguistici riportati sopra tolgono ogni dubbio e confermano la manifestazione delle emozioni nell'antroponimia, sia a livello formale, sia a livello semantico. Alcune emozioni, come gioia o gratitudine, sembrano ovvie, mentre altre, come antipatia o avversione, possono provocare stupore, specialmente ai nostri tempi in cui esiste una diversa moda antroponimica. È però adesso chiaro che l'antroponimia dispone delle emozioni e le manifesta appositamente in circostanze ben comprensibili dal punto di vista culturale o pragmatico.

L'antroponimia non è l'unica categoria che dispone delle manifestazioni dell'emotività nel suo repertorio. Nella toponimia e, in particolare, nell'alterurbanonimia (un insieme dei nomi non ufficiali di diversi luoghi urbani: vie, piazze, ponti, parchi, stazioni, ecc.) si troveranno molti esempi di un legame affettivo o di una forte critica nei confronti di un designato espressi attraverso diversi strumenti linguistici. In uno dei miei studi in questo campo ho creato una classificazione semantico-comunicativa che prevede, tra l'altro, una categoria di nomi espressivi, all'interno della quale ho distinto sei sottocategorie specifiche di alterurbanonimi: accrescitivi (*Manufa*, il derivato ottenuto mediante il processo di retroformazione ← *Manufaktura*, il più grande centro commerciale e culturale di Łódź), diminutivi (*Retka*, derivato ottenuto mediante il processo di retroformazione con il suffisso diminutivo *-ka* ← *Retkinia*, uno dei quartieri di Łódź), vezzeggiativi (*Teoška*, derivato ottenuto mediante il processo di retroformazione con il suffisso diminutivo *-ška* ← *Teofilów*, uno dei quartieri di Łódź), peggiorativi (*Patopolesie*, derivato con il prefisso *pato-* che sta per 'patologico' ← *Polesie*, uno dei quartieri di Łódź), volgari (*Cipa*, 'fica', una delle fontane di Łódź in Piazza Dąbrowskiego, non esiste una sua denominazione ufficiale) e scherzosi (*Aleja Terrorystów* 'Viale dei terroristi' ← *aleja Ofiar Terroryzmu 11 Września* 'Viale delle vittime dell'11 settembre', uno dei corsi di Łódź) (Groblińska, 2020: 143-145).

Dando uno sguardo agli esempi sopra, si nota subito come gli abitanti di Łódź intrattengano con la loro città un forte legame affettivo. Molto spesso sembrano accarezzare la città attraverso i loro alterurbanonimi, dall'altro lato però criticano la loro realtà urbana esprimendo disprezzo e antipatia.

3. Le emozioni nei NONP

Avendo presente alcuni esempi dell'emotività in diverse tipologie onomastiche, è opportuno verificare se e come si manifestano le emozioni nei nomi delle organizzazioni non profit italiane.

Il primo tipo di manifestazione è quello più tipico: in questo caso si tratta dell'inserimento esplicito nella denominazione di elementi lessicali indicanti diversi tipi di emozioni come *misericordia* (FRATERNITÀ DI **MISERICORDIA** MILANO ONLUS⁸; APOSTOLI DELLA DIVINA **MISERICORDIA** CON MARIA REGINA DELLA PACE), *speranza* (ASSOCIAZIONE “MAESTRI DI **SPERANZA**”; ASSOCIAZIONE CAMMINO DELLA **SPERANZA**; CIRCOLO AUSER CENTRO ANZIANI LA **SPERANZA**), *paura* (ASSOCIAZIONE “SENZA **PAURA**”), *amore e gioia* (CENTRO **GIOIA E AMORE**; **GIOIA** APS PER LA PROTEZIONE DEGLI ANIMALI; CITTÀ DELLA **GIOIA** ONLUS).

Vale la pena notare che nei NONP prevalgono le emozioni positive. La paura, invece, farebbe eccezione però, se vi appare, serve soltanto a dare speranza attraverso la sua assenza o annullamento e non certo per provocare ansia. In alcuni NONP tale rassicurazione è un frammento della citazione delle famose parole di Giovanni Paolo II⁹ “Non abbiate paura” (GIOVANNI PAOLO II “**NON ABBIATE PAURA**”; ASSOCIAZIONE **NON ABBIATE PAURA** ONLUS), in altri casi è un elemento del titolo del libro di Niccolò Ammaniti o del film di Gabriele Salvatores *Io non ho paura* (ASSOCIAZIONE **IO NON HO PAURA**; ASSOCIAZIONE **IO NON HO PAURA** DONNE CONTRO LA VIOLENZA ONLUS) (Groblińska, 2022: 59).

Vorrei anche riferirmi a una delle mie osservazioni, ormai pubblicata all'interno di uno studio più ampio (Groblińska, 2022: 130), che dovrebbe sensibilizzare *in primis* tutti coloro che creano nuove denominazioni. Generalmente il crematonimo è composto da un elemento descrittivo e un elemento distintivo, o soltanto da quello distintivo. Lo stesso vale per i NONP, per esempio: LA **SPERANZA** COOPERATIVA SOCIALE A RESPONSABILITÀ LIMITATA (LA *SPERANZA* – distintivo, *COOPERATIVA SOCIALE A RESPONSABILITÀ LIMITATA* – descrittivo). Naturalmente, la parte descrittiva ha una funzione giuridica, amministrativa, informativa, però, accostata all'elemento distintivo, specie quello riportato sopra, può creare un contesto interessante, se non ingannevole e sconcertante. Infatti il destinatario, associando la parte descrittiva *COOPERATIVA SOCIALE A RESPONSABILITÀ LIMITATA* all'elemento distintivo *SPERANZA*, potrebbe collegare l'emozione positiva della speranza all'idea di limitazione (con la conseguente impressione che il mittente dia sì speranza, ma in modo limitato non prendendosene completamente la responsabilità, il che non infonde particolare fiducia).

⁸ I NONP sono riportati in maiuscolo ai fini di unificare la loro ortografia. L'unificazione è motivata dal carattere eterogeneo del materiale linguistico (diversi registri prevedevano l'ortografia regolare, il maiuscolo, ambedue le modalità o persino le minuscole iniziali).

⁹ A proposito del papa polacco vale la pena precisare che la sua figura si è rivelata molto rilevante nei NONP italiani, specialmente rispetto a Benedetto XVI e a Giovanni Paolo I – cfr. Groblińska, 2022: 53-55.

Tornando all'elenco degli elementi espliciti, bisogna evocare numerosi¹⁰ casi di denominazioni crematonimiche con l'uso di elementi lessicali indicanti l'*amicizia* e gli *amici* (o le altre forme flessive: *amica/amici/amiche*). In questo caso non è esattamente il riferimento a un'emozione, piuttosto a un tipo di affetto¹¹, associato però spesso alle emozioni positive, a un legame di empatia e solidarietà. Non dovrebbe essere troppo audace constatare che il richiamo all'amicizia viene sempre usato con buone intenzioni. Per questo motivo molti enti non profit si riferiscono a questo fenomeno, basta riportarne alcuni esempi: RETE DI AMICIZIA CON LE RAGAZZE E I RAGAZZI DI STRADA; ASSOCIAZIONE ITALO-ALBANESE AMICIZIA; CIRCOLO AMICI DI BRIBANO E LONGANO – CENTRO SOCIALE PER ANZIANI; AMICI DI CARLA. Non si dimentichi che la scelta di un concetto popolare e abbastanza ovvio riduce il livello dell'originalità¹² e il valore distintivo di un onimo (Groblińska, 2022: 145-153). Non è però sempre il più importante fattore nel processo della denominazione e della promozione di un marchio, specialmente nel caso degli enti non profit.

Il riferimento all'amicizia nei crematonimi può quindi sembrare leggermente ovvio, banale e poco interessante. Al contrario: è molto interessante se si prendono in considerazione i complementi che accompagnano l'elemento lessicale centrale e che informano di chi o di che cosa sono amici nei NONP. E dunque si tratta di:

- luoghi → AMICI DELLE **BIBLIOTECHE**; AMICI DELLA **TANZANIA**,
- persone, spesso bisognose (descritte in un modo generico o indicate con i loro nomi e/o cognomi/attributi) → AMICI DEI **DISABILI** – SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE – ONLUS; AMICI DI **MATTEO**; AMICI DI **SANTA CRISTINA**,
- parti del corpo → AMICI DEL **FEGATO** – ONLUS,
- mezzi di trasporto → AMICI DELLA **BICICLETTA CAGLIARI**,
- discipline scientifiche o artistiche → AMICI DELLA **NEONATOLOGIA TRENINA**; ASSOCIAZIONE AMICI DELLA **MUSICA** – WALTER DE ANGELIS – ONLUS.

Non si dimentichi che il mittente-amico del comunicato crematonimico può essere anche diversamente definito – esso può rimanere un'organizzazione in sé, ma anche: un luogo (“**QUARTIERE AMICO**” ONLUS), una comunità (ASSOCIAZIONE AMICI **FILIPPINI**), un mezzo di trasporto (AMICO **BUS INVALIDI CIVILI**), una grandezza fisica (IL **TEMPO AMICO**), una pianta (L' **ALBERO**

¹⁰ Secondo la mia indagine pubblicata nel 2022, si tratta di oltre 3 mila onimi su ca. 100 mila sottoposti ad analisi. Il fenomeno è sicuramente più diffuso dal momento che in Italia oltre 300 mila organizzazioni del settore non profit svolgono la loro attività (Groblińska, 2022: 129).

¹¹ amicizia s. f. [dal lat. amicitia, der. di amicus «amico»]. – 1. a. Vivo e scambievole affetto fra due o più persone, ispirato in genere da affinità di sentimenti e da reciproca stima [...] (<https://www.treccani.it/vocabolario/amicizia/>, ultima consultazione il 1 ottobre 2022).

¹² L'originalità è uno dei criteri di una buona denominazione definita da Klemensiewicz (Klemensiewicz, 1937).

AMICO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE – ONLUS), una parte del corpo (**MANI AMICHE ONLUS**), un oggetto (**TELEFONO AMICO SARDEGNA**), se non una malattia (**AMIKO¹³ PARKINSON**).

Vista la ricchezza della crematonimia, non basta cercare le manifestazioni delle emozioni nei semplici elementi lessicali. Siccome i crematonimi varcano i confini dell'antroponimia e della toponimia e delle loro forme più tradizionali, ci si possono aspettare delle costruzioni sintattiche più complesse all'interno degli onimi. Infatti, già Gałkowski (Gałkowski, 2011: 274-279) segnala il fenomeno di crematonimi frasematici, ciò viene confermato nella mia ricerca (Groblińska, 2022: 74-81) e adesso viene riportato in un altro contesto con gli esempi specifici riguardanti le emozioni. Innanzitutto si tratta delle frasi enunciative affermative. Nel primo esempio il mittente si esprime alla prima persona singolare e manifesta la sua gioia: **ASSOCIAZIONE IO VIVO UN SORRISO PER SORRIDERE ONLUS**. Sempre nella stessa forma grammaticale un altro soggetto sottolinea il suo valore, il senso della sua esistenza, sembra sviluppare la sua autostima: **IO VALGO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE**. Nel NONP seguente si esprime l'amore verso la scuola o, più generale, verso l'educazione: l'intera frase comincia con un vocativo, grazie a cui si definisce subito il destinatario del comunicato (**SCUOLA TI VOGLIO BENE COMUNE ONLUS**). Un ulteriore caso è interessante, poiché costituisce evidentemente la risposta a qualche domanda sottintesa e di conseguenza crea una certa dialogicità, nel testo più ampio (Groblińska, 2022: 77-80, 156). Per quanto riguarda le emozioni, il mittente dà, per esempio, speranza e fiducia al suo interlocutore: **SÌ SI PUÒ FARE SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS**. Inoltre, ci sono delle frasi basate sulla descrizione di un gesto, in questo caso un gesto d'aiuto che portano con sé empatia e benevolenza: **TI DO UNA MANO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS**. Nell'ultimo onimo esemplificativo un donatore offre al beneficiario dell'organizzazione un gesto richiamando un sentimento di gioia e ottimismo: **TI DONO UN SORRISO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS**. In tutti gli esempi riportati si ha a che fare con un soggetto alla prima persona singolare (tranne uno impersonale). Cosa significano tali scelte linguistiche? Si può supporre che in questo modo le associazioni in sé passino in secondo piano nei comunicati crematonimici, focalizzando piuttosto l'attenzione del destinatario sugli enunciati del beneficiario dell'organizzazione (*IO VALGO...*) o dei loro volontari e dipendenti (*TI DO UNA MANO...*).

Fra gli altri tipi dei NONP frasematici si possono notare quelli costituiti da frasi volitive. Il modo imperativo ha di solito un carattere esclamativo (ogni tanto si notano i punti esclamativi nei NONP – cfr. il paragrafo sotto: sui NONP con le frasi esclamative), il suo aspetto emotivo è dunque ben evidente. Che cosa allora si impone ai destinatari dei NONP, o meglio – a che cosa li si invita

¹³ Ortografia originale.

a fare e quali emozioni sono evocate? Prima di tutto le associazioni non profit incoraggiano all'amore, all'apertura verso l'altro (ASSOCIAZIONE **GESÙ TI AMA, APRI IL TUO CUORE A DIO ONLUS**; **VOGLIAMOCI SEMPRE BENE; AMA LA VITA... RICORDANDO MATTIA; APRI IL CUORE – ONLUS; LEGALO AL CUORE – ONLUS**). Inoltre, ritorna spesso il concetto di scambiarsi gioia, ottimismo, calore con un semplice sorriso o abbraccio (ASSOCIAZIONE **DONA UN SORRISO – ONLUS**; FONDAZIONE **DONAMI UN SORRISO**; ASSOCIAZIONE **IMPARA A SORRIDERE; ABBRACCIA IL MONDO – ONLUS**). E non di rado il destinatario viene incoraggiato alla cura degli animali, all'empatia, alla compassione e alla pietà (**DIAMOGLI UNA ZAMPA**). Infine, un esempio in cui semplicemente si invita all'ottimismo e alla positività (ASSOCIAZIONE **PENSIAMO POSITIVO**). Vale la pena notare che le frasi volitive nei NONP sono piuttosto alla seconda persona singolare o alla prima plurale.

Anche se la combinazione delle frasi volitive e allo stesso tempo esclamative non è del tutto rara, alcune esclamazioni frasematiche con cui si manifestano le emozioni nei NONP sono soltanto esclamative. La voce alta, il grido o l'urlo nascosti dietro l'uso dei punti esclamativi sembrano trasmettere emozioni forti, per esempio lo spavento o l'entusiasmo. Hanno spesso un carattere talmente suggestivo che sembrano reali, quasi udibili. Inoltre, si può dividerli in due tipi: quelli con l'uso del punto esclamativo (CE LA FAREMO! COOPERATIVA SOCIALE ONLUS; ORA PUOI!; SI PUÒ FARE!) e quelli esclamativi semanticamente ASSOCIAZIONE IL **GRIDO ALÈ**¹⁴; ASSOCIAZIONE L'**URLO ONLUS**; “**A VOCE ALTA – ONLUS**”.

Alcuni paragrafi sopra è stato menzionato il sentimento della speranza. Essa viene espressa anche nei NONP con il modo condizionale: C.A.V.: CENTRO DI AIUTO ALLA VITA “**IO VORREI VIVERE – ONLUS**”; COME **VORREI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE**; IL MONDO CHE **VORREI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS**; LA SCUOLA CHE **VORREI – SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE**.

Esistono anche degli elementi negati, talvolta inaspettati, che provocano la domanda – come e che cosa si nega attraverso la manifestazione di un determinato tipo di emozione? La risposta è più che semplice: vengono negati i problemi, gli ostacoli, le malattie, la solitudine e altri fenomeni che evocano la sfortuna o un altro tipo di disgrazia (ASSOCIAZIONE **NON PIOVERÀ PER SEMPRE**; COOPERATIVA SOCIALE **NON È MAI TROPPO TARDI**; COOPERATIVA SOCIALE **NON PIÙ SOLI**; **MAI PIÙ SOLI – ONLUS**; L'**AMORE NON CONTA I CROMOSOMI ONLUS**). Qualche volta le negazioni servono a contraddire un sostegno minimo e a enfatizzare la necessità di uno sforzo maggiore nell'assistenza (**NON BASTA UN SORRISO ONLUS**). Ogni tanto la negazione permette di

¹⁴ Ortografia originale.

sottolineare l'importanza di un aspetto positivo della vita, della gioia espressa con il sorriso, come si vede nell'esempio successivo: **NESSUNO CI PUÒ TOGLIERE IL SORRISO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE**. La negazione può essere espressa con la particella *non*, l'avverbio *mai*, il pronome *nessuno* (a volte rafforzati: *non/mai più*).

La ricchezza crematonimica è indiscutibile, nonostante ciò, secondo alcuni studiosi, questo fatto la rende svantaggiosa perché, essendo un insieme estremamente variegato di tali denominazioni, fa sì che sia difficile delimitarlo nettamente e definirlo con precisione (Badyda, 2011: 31-32; Walczak 2000). Non incentivando però questa polemica, ormai presente nella letteratura onomastica (Gałkowski, 2011a: 27-31; Gałkowski, 2011b: 185; Świtała-Cheda, 2011: 469), si passa a un altro livello delle manifestazioni delle emozioni negli onimi sociali: il livello retorico – metaforico, per essere precisi. Alcuni autori dei NONP basano i loro concetti su immagini di gesti che simboleggiano aiuto e trasmettono anche emozioni positive verso, prima di tutto, i beneficiari. “COOPERATIVA SOCIALE IL **SORRISO**” – ONLUS; “FONDAZIONE MATTEI – **ZAMPA NELLA MANO** – ONLUS”; “**UN BACIO AD AZZURRA**”; ASSOCIAZIONE ONLUS “**PRENDIAMOCI PER MANO**”; **CAREZZE E COCCOLE SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE** – ONLUS; **MANI TESE SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE**; ASSOCIAZIONE PROGETTO **ABBRACCI** ONLUS; ASSOCIAZIONE **MANO NELLA MANO**; ASSOCIAZIONE CULTURALE **MANO NELLA MANO** – sono soltanto alcuni esempi di crematonimi che affidano la manifestazione delle emozioni alla descrizione di gesti. In alcuni crematonimi già riportati si può notare che non sempre si tratta del linguaggio del corpo umano – la prospettiva è più ampia e va oltre i concetti antropocentrici. Per esempio ...*ZAMPA NELLA MANO*... fa capire subito che l'attività dell'organizzazione è orientata agli animali e include nella metafora soggetti appartenenti al mondo animale.

Un'ultima, ma non meno importante, manifestazione delle emozioni è costituita dai loghi (elementi extralinguistici) – segni grafici, che accompagnano le denominazioni delle organizzazioni – una coppia indissolubile, ormai indispensabile nel marketing commerciale o sociale. Molto spesso quindi i loghi degli enti non profit vengono disegnati in riferimento semantico al nome proprio dell'organizzazione (cfr. Figura 1), illustrano il nome proprio letteralmente (cfr. Figure 2-4) oppure sembrano contraddittori¹⁵ rispetto alle denominazioni (cfr. Figura 5).

¹⁵ A prima vista un biscione che divora un uomo può dare un'impressione contraddittoria a un'attività che segue un'idea della misericordia. Però bisogna ricordare che, come nel caso del famosissimo logo dell'Alfa Romeo (cfr. Figura 6), il riferimento allo stemma della stirpe dei Visconti sottolinea la provenienza milanese dell'organizzazione (Gorra, 2020; <https://loghi-famosi.com/alfa-romeo-logo/>, ultima consultazione il 1 ottobre 2022).



Figura 1. *Ce la faremo! Cooperativa Sociale Onlus*



Figura 2. *Associazione Progetto Abbracci Onlus*

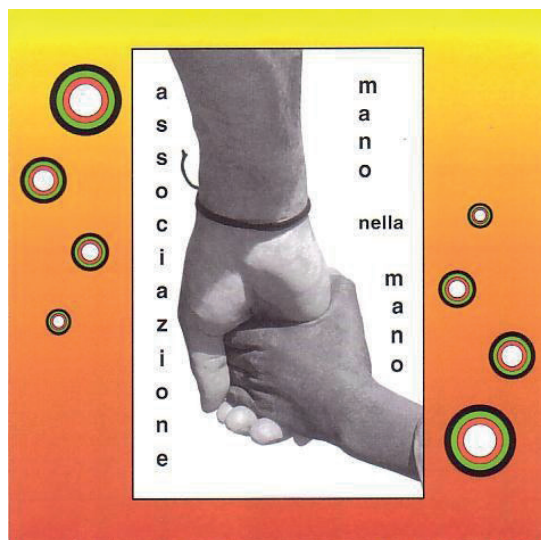


Figura 3. *Associazione Mano nella Mano*



Figura 4. *Associazione Culturale Mano nella Mano*



Figura 5. *Misericordia Milano*



Figura 6. *Alfa Romeo*

Conclusioni

Per riassumere la descrizione delle manifestazioni delle emozioni nei NONP, sarà opportuno rispondere alla domanda: a che cosa serve dunque il riferimento alle emozioni nei crematonimi, specialmente quelli sociali? Prima di tutto il loro uso permette di avvicinare i mittenti (le organizzazioni, i loro dipendenti, i loro volontari) e i destinatari (i beneficiari, i donatori, la società) del comunicato crematonimico, ad esempio attraverso il lessico legato alla gestualità o la dialogicità. La condivisione delle emozioni, anche al livello dei *nomina propria*, serve a sostenere, rafforzare, consolare chi ne ha bisogno. Già dall'onimo, infatti, comincia l'attività – l'influenza dell'ente non profit. Inoltre, è utile anche alla distinzione di un NONP fra migliaia onimi delle organizzazioni concorrenti, in altre parole: si tratta di un aspetto di marketing (Groblińska, 2022: 145-154, 157).

Sintetizzando ancora: quale carattere hanno le emozioni nei NONP italiani? Sono per lo più positive. Le emozioni negative, invece, sono usate soltanto per rafforzare la legittimità di quelle positive oppure eventualmente servono a incoraggiare un miglioramento e un cambiamento radicale nella vita. La presenza delle emozioni nei NONP può essere diretta o indiretta. Nel secondo caso le emozioni vengono veicolate in modo implicito da metafore, simboli, ecc. La forma della trasmissione delle emozioni è soprattutto verbale, però può essere anche grafica (extralinguistica).

In conclusione, i risultati dell'analisi dei NONP hanno dimostrato una presenza non trascurabile delle emozioni nei crematonimi.

Bibliografia

- BADYDA, Ewa (2011), "O problemach z ustaleniem postaci chrematonimu – na przykładzie nazw polskich wyrobów cukierniczych" in *Chrematonimia jako fenomen współczesności* (M. Biolik, J. Duma ed.), Olsztyn, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, p. 31-41
- CAFFARELLI, Enzo (2013), *Dimmi come ti chiami e ti dirò perché. Storie di nomi e di cognomi*, Roma-Bari, Laterza
- DUNAJ, Bogusław (2017), "Funkcje nazw własnych", *Onomastica*, n° 61/2, p. 77-89. (<https://doi.org/10.17651/ONOMAST.61.2.8>)
- GAŁKOWSKI, Artur (2011a), *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*, Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
- GAŁKOWSKI, Artur (2011b), "Chrematonomastyka jako autonomizująca się subdyscyplina nauk onomastycznych" in *Chrematonimia jako fenomen współczesności* (M. Biolik, J. Duma ed.), Olsztyn, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, p. 181-193
- GROBLIŃSKA, Justyna (2020), *Nieoficjalne nazewnictwo miejskie Łodzi. Słownik*, Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego
- GROBLIŃSKA, Justyna (2022), *Nomi delle organizzazioni non profit in Italia nella prospettiva crematonomastica*, Łódź, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

- KALETA, Zofia (1998), “Teoria nazw własnych. Polskie nazwy własne” in *Encyklopedia* (E. Rzetelska-Feleszko ed.), Warszawa-Kraków, Towarzystwo Naukowe Warszawskie – Instytut Języka Polskiego PAN, p. 15-36
- KLEMENSIEWICZ, Zenon (1937), “Z Techebu do Pierzeksportu, czyli o nazwach handlowych, przemysłowych itp.”, *Język polski*, n° 22, p. 20-27
- POLAŃSKI, Kazimierz (a cura di) (1993), *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, Wrocław, Ossolineum
- RUTKOWSKI, Mariusz (2010), “Problem funkcji nazw własnych w onomastyce. Przegląd stanowisk”, *Conversatoria linguistica*, n° 4, p. 54-65
- RZETELSKA-FELESZKO, Ewa (a cura di) (1998), *Polskie nazwy własne: encyklopedia*, Warszawa-Kraków, Wydawnictwo Instytutu Języka Polskiego PAN
- ŚWITAŁA-CHEDA, Mirosława (2011), “W sprawie terminologii nazw firm i ich miejsca w chrematonimii” in *Chrematonimia jako fenomen współczesności* (M. Biolik, J. Duma eds) Olsztyn, Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, p. 469-475
- WALCZAK, Bogdan (2000), “Nazwy firmowe: *propria* czy *appellativa*?” in *Onomastyka polska a nowe kierunki językoznawcze. Materiały z XI Ogólnopolskiej Konferencji Onomastycznej, 15-17 czerwca 1998 Bydgoszcz-Pieczyska* (M. Czachorowski, Ł.M. Szewczyk eds), Bydgoszcz, Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Bydgoszczy. 113-122

Sitografia

- GORRA, Maurizio Carlo Alberto (2020), “Spiccioli di araldica: i visconti, il biscione e l’uscente”.
<https://www.cronacanumismatica.com/spiccioli-di-araldica-i-visconti-il-biscione-e-luscente>,
 ultima consultazione il 27 settembre 2022
- https://italianonprofit.it/riforma-in-movimento/risultati/?utm_source=all&utm_medium=email&utm_campaign=report-risultati-rim#runts, ultima consultazione il 27 settembre 2022
- <https://loghi-famosi.com/alfa-romeo-logo/>, ultima consultazione il 16 ottobre 2022
- <https://sjp.pwn.pl/doraszewski/emocja;5426028.html>, ultima consultazione il 29 settembre 2022
- <https://www.treccani.it/vocabolario/amicizia/>, ultima consultazione il 1 ottobre 2022
- <https://www.treccani.it/vocabolario/emozione/>, ultima consultazione il 29 settembre 2022
- https://www.treccani.it/vocabolario/emozione_res-6b5bee4d-001a-11de-9d89-0016357eee51/, ultima consultazione il 29 settembre 2022
- La legge n. 117 del 3 luglio 2017, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana n. 179 il 2 agosto 2017. (<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2017/08/02/179/so/43/sg/pdf>, ultima consultazione il 15 ottobre 2022)

Fonti figure

- <http://www.pweb.org/duomodithiene/mano-nella-mano/>, ultima consultazione il 16 ottobre 2022
- <https://loghi-famosi.com/alfa-romeo-logo/>, ultima consultazione il 16 ottobre 2022
- https://tizianatommasiart.it/portfolio_page/cooperativa-ce-la-faremo/, ultima consultazione il 16 ottobre 2022
- <https://www.aicsbologna.it/associazione/mano-nella-mano-ets/>, ultima consultazione il 16 ottobre 2022
- https://www.ilmiodono.it/it/organizzazioni/lombardia/fraternita_di_misericordiamilano-onlus_121.html, ultima consultazione il 16 ottobre 2022
- <https://www.progettoabbracci.org/>, ultima consultazione il 16 ottobre 2022

Justyna Groblińska – lavora come ricercatrice universitaria presso il Dipartimento d’Italianistica dell’Università di Łódź. I suoi interessi scientifici si concentrano sull’onomastica, sulla cultura della lingua italiana e polacca e sul discorso calcistico. Le sue più importanti pubblicazioni sono le due ultime monografie: una crematonomastica (*Nomi delle organizzazioni non profit in Italia nella prospettiva crematonomastica*) e l’altra urbanonomastica (*Nieoficjalne nazewnictwo miejskie Łodzi. Słownik*).