

SUPPLEMENTI ALLA BIBLIOTECA DI LINGUISTICA

I4

*Direttore*

Massimo Arcangeli  
Università degli Studi di Cagliari

## SUPPLEMENTI ALLA BIBLIOTECA DI LINGUISTICA

La collana prevede una serie di volumi, affidati alle cure di diversi specialisti, dedicati ad aspetti essenziali della linguistica e ad alcuni temi forti della linguistica contemporanea. Ogni volume sarà costituito da una parte teorica introduttiva, da un'ampia antologia e da un glossario ragionato, e concederà uno spazio privilegiato alla linguistica italiana. Un Dizionario ragionato di linguistica assommerà alla fine in sé tutti i dizionari acclusi ai vari volumi. A utile corredo della collana è prevista inoltre la pubblicazione di una serie di supplementi di approfondimento di singoli temi.



# L'Italia e i mass media

*a cura di*

Marco Gargiulo

*Contributi di*

Gabriella Alfieri, Giovanna Alfonzetti, Alessandro Aresti  
Andrea Tullio Canobbio, Lorenzo Denicolai, Paola Desideri  
Nora Galli De' Paratesi, Marco Gargiulo, Laura Gilli  
Mariella Giuliano, Vera Gheno, Stefania Iannizzotto  
Giorgio Lo Feudo, Ivan Lombardi, Daria Motta  
Roberto Pigro, Eleftheria Papakosta, Gianmarco Pitzanti  
Mirella Romano, Francesca Sannazzaro, Agnese Trocchi  
Giovanni Urraci, Andrea Viviani



Copyright © MMXII  
ARACNE editrice S.r.l.

[www.aracneeditrice.it](http://www.aracneeditrice.it)  
[info@aracneeditrice.it](mailto:info@aracneeditrice.it)

via Raffaele Garofalo, 133/A-B  
00173 Roma  
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-5345-4

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,  
di riproduzione e di adattamento anche parziale,  
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie  
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: novembre 2012

# Indice

- 11 L'Italia e i mass media  
*Marco Gargiulo*
- 29 Grammar and Gender in the Workplace  
*Nora Galli de' Paratesi*

## Parte I

### **L'Italia nella radio e nella TV**

- 51 La fiction tra italiano modello e modelli di italiano  
*Gabriella Alfieri*
- 77 Il varietà italiano: Studio Uno  
*Giovanna Alfonzetti*  
*Alessandra Materia*
- 101 La lingua di originali e miniserie  
*Stefania Iannizzotto*
- 127 Dalla scena del delitto alla scena del crimine  
*Daria Motta*
- 143 Il parlato della fiction radiofonica  
*Mariella Giuliano*
- 163 Nuovi prestiti dall'inglese nel linguaggio dei talent-show italiani  
*Eleftheria Papakosta*

- 175 La polivalenza del verbo fare nel linguaggio calcistico italiano  
*Roberto Pigro*
- 193 L'incontro di cibo e lingua italiana nella televisione  
*Laura Gilli*

Parte II  
**L'Italia e la stampa**

- 213 La lingua generalista del rotocalco. L'italiano di «Oggi», «Gente», RT e Mixer  
*Milena Romano*
- 239 Morbus itanglicus? Sulla presenza (e invadenza) dell'itanglese  
*Alessandro Aresti*
- 261 La lingua dell'Unità on-line  
*Gianmarco Pitzanti*
- 283 Immigrazione, sicurezza, politiche sugli stranieri nell'analisi dei media italiani  
*Anna Casella Paltrinieri*

Parte III  
**L'Italia nella pubblicità**

- 307 Spot VS recensione pubblicitaria. Una lettura semiotica di due tipologie testuali  
*Giorgio Lo Feudo*
- 325 La forza della parola pubblicitaria tra retorica, pragmatica e intertestualità  
*Paola Desideri*  
*Francesca Sannazzaro*

Parte IV  
**L'Italia e internet**



- 361 L'Italia da bastione dell'indifferenza digitale a paese socialnetworkizzato  
*Vera Gheno*
- 371 La nuova piazza "de Roma": Facebook  
*Andrea Viviani*
- 383 Il *flaming* e le insidie della comunicazione in rete  
*Andrea Tullio Canobbio*
- 399 Alberoveni. Social network e formazione collaborative  
*Lorenzo Denicolai*
- 419 Il gergo delle comunità di gioco online: motivazioni sociali ed aspetti linguistici  
*Giovanni Urraci*
- 439 La lingua dei/ nei videogiochi. Riflessioni e applicazioni di italiano L2  
*Ivan Lombardi*
- 453 Televisione, avanguardie digitali e social network in Italia  
*Agnese Trocchi*



## L'Italia e i mass media

MARCO GARGIULO

On August 19, 1839, the Palace of the Institute in Paris was filled with curious Parisians who had come to hear the formal description of the new reproduction process invented by Louis Daguerre. Daguerre, already well known for his Diorama, called the new process *daguerreotype*. According to a contemporary, “a few days later, opticians’ shops were crowded with amateurs panting for daguerreotype apparatus, and everywhere cameras were trained on buildings. Everyone wanted to record the view from his window, and he was lucky who at first trial got a silhouette of roof tops against the sky”<sup>1</sup>. The media frenzy had begun (Manovich 2001: 21).

Così viene descritta la frenesia provocata dal primo procedimento fotografico, agli albori dell’era della comunicazione di massa, in un’immagine non difficilmente accostabile ad analoghe situazioni di follia commerciale per l’uscita di un nuovo prodotto mediatico ai giorni nostri in una qualsiasi città occidentale.

Ma è sicuramente negli ultimi cinquant’anni, con l’ingresso nell’era digitale, che il nostro modo di comunicare e di concepire la comunicazione quotidiana è cambiato, cambiando il nostro modo di percepire il tempo, la creatività e le relazioni sociali.

Per tale ragione la lingua dei mass-media in Italia, soprattutto dal secondo dopoguerra in avanti, ha interessato moltissimi studiosi, i quali si sono resi conto che la società italiana è cambiata seguendo l’evoluzione della comunicazione di massa, dell’informazione e della diffusione della democrazia e nella costruzione di un’identità italiana multimediale<sup>2</sup>.

Da quando cioè — a partire dalle prime riflessioni offerte da Bruno Migliorini nella sua *Lingua contemporanea* (1938), ma soprattutto dal

1. La citazione è tratta da Beaumont Newhall, *The History of Photography from 1839 to the Present Day*, 4<sup>th</sup> ed. (New York: Museum of Modern Art, 1964), 18.

2. Sui nuovi modelli per l’italiano nella società della comunicazione multimediale si veda Antonelli 2007.

riconoscimento da parte di Tullio De Mauro (1963) dell'importanza dei media come fattori di unificazione e nella formazione dell'identità culturale italiana — lo studio della linguistica italiana ha cominciato a dare spazio a preziose osservazioni e alle analisi sulla lingua dei giornali, del cinema, della radio e della pubblicità e sulla loro influenza sull'italiano comune<sup>3</sup>.

Il giornale — scriveva ad esempio già Bruno Migliorini (1963: 6) — è una delle caratteristiche più salienti della nostra epoca. Se n'è detto, e se ne può dire, un gran bene e un gran male; quel che non si può negare è l'influenza enorme che esso esercita nella trasmissione della lingua anche presso quegli individui su cui l'influenza della letteratura non arriverebbe a farsi sentire. Esso è uno dei principali luoghi di scambio fra la lingua parlata e la lingua scritta: tutte le varietà della lingua scritta, quella letteraria, quella burocratica, quella tecnica, sono trascelte o rielaborate più o meno profondamente per la necessità di comunicare con un pubblico che di queste varietà può non essere edotto.

La radio<sup>4</sup> e la televisione<sup>5</sup> soprattutto, ma anche il cinema italiano e quello straniero, doppiato e non sottotitolato per ragioni puristiche e politiche (Cfr. Raffaelli 1994: 283–285 e 2006: 156–158) — ma anche per superare l'inevitabile scoglio rappresentato dalle grosse fette di pubblico analfabeta — già dalla loro prima comparsa sulla scena comunicativa, si sono rivelati poderosi mezzi di unificazione linguistica.

Vale la pena ricordare, infatti, ciò che scriveva De Mauro a proposito del ruolo dei mass media dopo l'unità (1963: 110–11):

L'aumento del tempo libero e dei redditi individuali e globali conseguente alla industrializzazione e, d'altro canto, la riduzione dell'analfabetismo hanno prodotto una fruizione crescente dei mezzi di informazione e degli spettacoli, fruizione favorita altresì dall'avvento di nuove tecniche di fissazione e trasmissione dei messaggi ottici ed acustici. I tipi di informazione e di spettacolo che si avvalgono di tecniche tradizionali come la stampa periodica e non periodica o il teatro, e i tipi legati invece a tecniche recenti, come cinema sonoro, radio e televisione, hanno svolto in Italia una duplice azione

3. Sulla lingua dei quotidiani si veda il noto Bonomi 2002.

4. Sull'italiano radiofonico rimando soprattutto ad Atzori 2002 e 2003 e Sanna 2006 e le rispettive bibliografie.

5. Sulla lingua della televisione rimando almeno a Diadori 1994 e Mauroni — Piotti 2010.

linguistica: hanno cioè diffuso e consolidato il possesso della lingua comune a scapito dei dialetti; e hanno determinato il sorgere di nuovi moduli stilistici connessi alle esigenze insite nelle tecniche di fissazione e trasmissione dei messaggi.

A tali riflessioni si aggiunga quanto afferma Pietro Trifone (2006: 32–33) quando riconosce, tra i pilastri e i mattoni su cui poggia l'identità linguistica e culturale degli italiani, non solo il ruolo della letteratura ma anche quello della canzone (dall'inno di Mameli alle canzoni di Vasco Rossi)<sup>6</sup>, della televisione (dalla *Tribuna politica* a *Carosello*), ma anche — come si può leggere in alcuni saggi di questo volume — delle trasmissioni di intrattenimento e quelle dedicate allo sport o alle riduzioni televisive di opere narrative fondamentali, dei periodici di costume e del cinema di Alberto Sordi o di Nanni Moretti.

L'identità italiana si è formata grazie al ruolo fondamentale dei mass-media e l'immagine oggi più diffusa è proprio quella legata ad uno dei mezzi più popolari e più studiati prima dell'avvento di internet, la *cattiva mestra televisione*, soprattutto quella di intrattenimento e di informazione<sup>7</sup>. Una televisione che negli anni ha educato il pubblico italiano a vivere una socializzazione nuova, spesso gridata, sguaiata ed arrogante, inframezzata dalle pause pubblicitarie e rivolta ad una comunicazione mediata da una ipotetica telecamera sempre accesa, per cui non è importante guardare la televisione, ma essere in televisione ed essere convinti di partecipare al processo di costruzione della propria immagine sociale.

Il cinema stesso si è occupato anche recentemente di questo argomento e dei suoi aspetti contraddittori in diverse opere, soprattutto per quanto riguarda il ruolo della televisione come specchio della società. Ricordiamo qui soltanto *Il caimano* (2006) di Nanni Moretti, e i documentari o, per usare un prestito dall'inglese, i *docufilm* più o meno incentrati sulla figura di Silvio Berlusconi - *Videocracy. Basta apparire* (2009) di Erik Gandini e *Silvio Forever* (2011) di Roberto Faenza e Filippo Macelloni - o sull'Italia contemporanea, *Il corpo delle donne* (2009) di Lorella Zanardo, Marco Malfi Chindemi e Cesare Cantù e

6. Sulla canzone italiana si veda Antonelli 2010 e la bibliografia ivi riportata.

7. Sull'argomento, oltre alcuni degli interventi del presente volume, si consigliano Loporcario 2005, dedicato alla particolarità dell'informazione italiana; Losi 2007 e Alfieri-Bonomi 2008, in cui sono raccolti saggi sulla lingua e lo stile nei diversi generi televisivi.

*Italy. Love it or leave it* (2011) di Gustav Hofer e Luca Ragazzi.

La cosiddetta TV spazzatura e il processo di fruizione da parte dello spettatore, il ruolo di questo medium nel falsare i ruoli sociali e gli equilibri democratici del Paese sono, inoltre, da anni al centro di numerose analisi sociologiche e di costume sia in Italia che all'estero<sup>8</sup>.

Negli ultimi anni all'interesse per i media tradizionali si è aggiunto quello per i nuovi mezzi di comunicazione, etichetta con cui ci si riferisce ai mezzi nati dall'evoluzione della comunicazione digitale (internet e versioni *on line* dei media tradizionali, ma anche posta elettronica, sms, chat, blog, socialnetwork, ecc.) in seguito alla nascita, allo sviluppo e alla diffusione dell'informatica. La rivoluzione del virtuale ha portato con sé la trasformazione del rapporto dell'individuo col mezzo stesso creando una personalità sociale nuova e complessa, un mondo che è spesso concepito come parallelo e reale al tempo stesso<sup>9</sup>.

In questo volume sono raccolti contributi che affrontano la questione della lingua italiana contemporanea e della lingua dei mass-media sotto diversi punti di vista. Si tratta - in gran parte - del risultato di tre giornate di studio svoltesi all'Università di Bergen nei giorni dal 17 al 19 novembre 2011. In questi incontri si è voluto porre le basi per nuovi obiettivi di ricerca e di discussione, nel tentativo di creare una piattaforma per ulteriori sviluppi nel settore degli studi dell'italianistica all'estero e della lingua dei mass-media in Italia e in Europa.

Nel primo contributo, in lingua inglese e dal titolo *Grammar and gender in the workplace*, Nora Galli De' Paratesi vuole dimostrare che le forme al femminile dei nomi delle professioni condivise dai due sessi sono molto poco utilizzate in italiano e che è la forma maschile ad essere ancora in gran parte prevalente. L'uso nei due generi viene esaminato come appare nei mass-media italiani sia scritti che orali. Attraverso i dati quantitativi l'autrice mostra la frequenza relativa delle

8. Si vedano ad esempio Monteleone 2001, Zanardo 2010, Brancati 2010. Ferrara-Ardizzoni 2010.

9. «Media are treated politely, they can invade our body space, they can have personalities that match our own, they can be a teammate, and they can elicit gender stereotypes. Media can evoke emotional responses, demand attention, threaten us, influence memories, and change ideas of what is natural. Media are full participants in our social and natural world» (Reeves - Nass 1996: 251). Sul ruolo dei nuovi media nella cultura contemporanea si vedano, tra gli altri, Messaris - Humphreys 2006; Siapera 2011 e Clarke - Bromley 2012.

due forme di genere in lingua italiana e come il maschile sia per il momento ancora largamente dominante. Le forme che vengono effettivamente utilizzate e la ricca varietà di regole disponibili all'interno della grammatica della lingua per il mutamento linguistico vengono analizzati qualitativamente per dimostrare che non è la grammatica in sé la causa del lento adeguamento del lessico alla nuova realtà sociale. L'analisi qualitativa mostra l'utilizzo degli elementi lessicali nel loro contesto e ci permette di riflettere sui fenomeni di connotazione spregiativa, offrendo la possibilità di rivelare gli atteggiamenti sociali e psicologici che stanno dietro a questi fatti linguistici.

La tesi è che c'è una resistenza che deriva dal fatto che la maggioranza dei parlanti si trovi ancora indietro rispetto alla realtà, perché trova una difficoltà psicologica ad adeguarsi ad essa. Infine, sono mostrate anche le differenze tra italiano da una parte e tedesco, francese e spagnolo dall'altra.

## 1. L'Italia nella radio e nella TV

La prima sezione del volume è dedicata alla lingua italiana nella radio e nella televisione.

Nel saggio di apertura, *La fiction tra italiano modello e modelli di italiano: dal teleromanzo alla soap-novela*, Gabriella Alfieri presenta i risultati di una ricerca e fornisce un contributo alla conoscenza descrittiva dell'italiano trasmesso per televisione e delle sue varietà di parlato: serio (tg e divulgazione), ibridato (talk show, reality, pubblicità), mimetico (fiction), brillante (sport), ludico (tv ragazzi e cartoni). In questo lavoro, in particolare, l'autrice offre una risposta ad una serie di interrogativi tuttora insoluti: che cosa distingue l'italiano sciolto e spregiudicato della tv di oggi dall'italiano sobrio e garbato della tv delle origini? Quali strumenti ha lo spettatore per riconoscere nella selva di programmi televisivi un linguaggio da far proprio? La televisione *fu* buona ed è cattiva maestra di lingua? Nonostante l'effetto modellante esplicito sia esercitato prioritariamente dai generi dotati di maggiore autorevolezza, come telegiornali, programmi di divulgazione, talk show di approfondimento politico, ecc. e, all'estremo opposto, da quelli dotati di maggiore attrattiva per il loro carattere trasgressivo, come i reality e i talk show più rissosi, il parlato della fiction, proprio

in quanto legato a storie coinvolgenti e tendenzialmente attento alla simulazione del parlato reale nelle più diverse situazioni, può esercitare, infatti, un forte ruolo modellante.

Giovanna Alfonzetti e Alessandra Materia, nel loro *Italiano del varietà e varietà di italiano*, presentano i principali risultati di una ricerca ancora in corso che si iscrive nell'ambito di un più ampio progetto sull'italiano televisivo e sulle profonde trasformazioni che hanno accompagnato il passaggio dalla paleo- alla neo-televisione. In particolare le studiose analizzano il genere televisivo del varietà, altamente rappresentativo del radicale cambiamento degli stili e dei valori socioculturali nel nostro Paese, iniziando da *Studio Uno*, su un corpus costituito da alcune puntate che si collocano nei diversi anni in cui la trasmissione è andata in onda (1961–1965).

Partendo dalla constatazione che *Studio Uno* si propone come finestra sul mondo, vengono analizzate le commutazioni di codice in francese e inglese — che al di là della micro-funzione specifica rispondono all'intento di creare quell'atmosfera di internazionalismo che pervade l'intero programma a livello sia formale che contenutistico — ma anche in varietà dialettali (napoletano, veneto, romanesco) con finalità principalmente comiche.

L'analisi dei momenti comici consente alle autrici una duplice prospettiva di studio: da una parte è infatti possibile osservare l'evoluzione dei costumi socio-culturali degli italiani, oggetto della canzonatura del comico, dall'altra si possono indagare le strategie linguistiche adottate per suscitare il riso.

Nel contributo, *La lingua di originali e miniserie: cinquant'anni di biografie raccontate in tv*, Stefania Iannizzotto propone un confronto tra *Caravaggio* di Blasi (1967) e *Puccini* di Bolchi (1973) e le due miniserie rifatte rispettivamente da Longoni (2006) e Capitani (2009). Nell'analisi linguistica l'autrice tiene conto dei tratti relativi a intonazione, pronuncia e morfosintassi; più in dettaglio Iannizzotto indaga la dimensione stilistico-lessicale, al fine di restituire le dinamiche del parlato in esse simulato. La rassegna degli stili enunciativi mette in evidenza testi stilisticamente compatti, orientati verso registri socio-stilistici medio-alti e verso lo standard con interferenze del neostandard. Tuttavia, fa notare l'autrice, sceneggiati e miniserie si connotano per una peculiare resa degli stili socio-comunicativi che possono essere distinti in stile artificioso innaturale privo di qualsiasi escursività di registro,



per la miniserie che imita genericamente le varietà regionali; stile sobrio e colloquiale, a volte letterario ma semplice, per gli sceneggiati che in maniera differente tentano di ricreare una caratterizzazione mimetica diacronica in chiave regionale e presentano un'adeguata escursività socio-stilistica, in alcuni casi oscillando tra letterarietà e mimesi dell'oralità di tono ottocentesco.

Accanto al romanzo sceneggiato si ha anche l'analisi della produzione dell'originale televisivo, ideato esclusivamente per il piccolo schermo a partire dalla drammatizzazione di documenti storici o di biografie di uomini illustri. L'analisi di quest'ultima testualità — caratterizzata da una forte vocazione modellizzante dal punto di vista etico, culturale e linguistico — e il confronto con il suo epigono attuale, la miniserie biografica, costituiscono un'interessante chiave di lettura di alcuni cambiamenti della società italiana negli ultimi decenni.

Daria Motta, nel contributo dal titolo *Dalla 'scena del delitto' alla 'scena del crimine': l'italiano doppiato da 'Perry Mason' a 'CSI'*, propone un confronto tra serial di epoche diverse, *Perry Mason* del 1958 e *CSI* del 2003, individuando linee di continuità e differenze nel doppiaggio televisivo dall'inglese, in una duplice accezione. Da una parte cercando l'effettiva rispondenza dell'italiano tradotto a quello parlato contemporaneo, all'altra rilevandone il livello di interferenza dall'inglese del testo di partenza. L'approccio diacronico consente alla Motta di rilevare una maggiore influenza dell'inglese nel doppiaggio dei serial contemporanei, non da leggersi però nel senso di una massiccia accettazione di tratti stranieri. Infatti, non ci si trova di fronte a quelle che potrebbero connotarsi come "pseudo traduzioni", in cui sintassi e lessico sono gestiti indipendentemente dalla pragmatica e dalle regole distributive italiane. I doppiatori di oggi appaiono più attenti nei confronti di interferenze che potremmo definire "classiche", come l'inversione di determinato e determinante. Però l'influsso inglese appare più massiccio per quel che riguarda la funzione connotativa della lingua, legata a quel senso di tecnicità che fa sì che l'italiano sia più permeabile a un gran numero di sigle, di scritte straniere o di ancoraggi visivi del testo che hanno un effetto straniante sullo spettatore.

Rispetto alla traduzione letteraria o scientifica, più controllata perché operata su testi dotati di maggior prestigio, il doppiaggio televisivo è maggiormente soggetto alla legge dell'interferenza, per cui feno-

meni della configurazione del testo di partenza influenzano quello di arrivo. La studiosa individua, inoltre, la dinamica tra interferenze “negative”, che portano a una deviazione dalle regole nella lingua di arrivo, e interferenze “positive”, che determinano un aumento d’uso di strutture comunque presenti nel sistema di arrivo (in particolare i sistemi di topicalizzazione, l’esplicitazione ridondante del soggetto, o l’uso sovrabbondante del congiuntivo).

La fiction radiofonica è oggetto del lavoro di Mariella Giuliano, *Il parlato della fiction radiofonica: dal fumetto alla situation comedy*. L’autrice rileva come tale genere abbia accompagnato la trasformazione della radio in Italia da mezzo di comunicazione strategica - per usi propagandistici e bellici o in situazioni di emergenza - a mezzo di intrattenimento e di acculturazione sociale con consolidante funzione identitaria. Fondamentale in tal senso il lento e progressivo passaggio dalle prime riduzioni di testi teatrali degli anni Cinquanta e Sessanta alla successiva affermazione degli originali e degli adattamenti letterari a puntate negli anni Settanta e Ottanta, fino all’imporsi del *serial* negli anni Novanta come formato privilegiato della fiction radiofonica. L’aspetto caratterizzante e imprescindibile di queste forme di narrazione risiede nel loro essere il risultato di una “elaborazione sonora specifica” che sostituisce l’immagine nel disegnare l’azione e collocarla nel suo spazio e nel suo tempo.

Il contributo mira a esaminare, in un corpus di serial che spaziano dal racconto di attualità (*Il ritorno di Fiamma, Nessuno è perfetto*) all’adattamento di fumetti (*Diabolik, Dylan Dog*), le tendenze linguistico-stilistiche dei diversi generi di fiction radiofonica. L’italiano della fiction radiofonica in definitiva, in quanto curata simulazione del parlato reale, sembra caratterizzarsi — forse più e meglio di quella della fiction televisiva in quanto canale semiotico più essenziale grazie alla sua sonorità autoreferenziale e alla sua assolutezza espressiva e comunicativa — come una lingua immediata e potenzialmente interattiva (non più unidirezionale come quella della radiotv del monopolio), che emana, riflette e rilancia tendenze, come specchio dinamicamente “rimodellante” piuttosto che piattamente “modellante” di usi discorsivi.

Eleftheria Papakosta, nel suo studio *Nuovi prestiti dall’inglese nel linguaggio dei talent-show italiani*, propone una carrellata di anglicismi frequentemente utilizzati nel corso dei cosiddetti *talent show*, che, dal

titolo alla sigla, dalla durata ai saluti finali, scimmiettano modi di fare fino a qualche anno fa estranei alla cultura italiana. Papakosta offre una serie di considerazioni relative al (mal)trattamento di questi termini (specialmente per quanto concerne genere e pronuncia) e alle possibili motivazioni sociolinguistiche che stanno alla base di questa recente, ma evidente tendenza.

Roberto Pigro, prende in esame alcuni usi fraseologici tipici del “gergo” calcistico italiano nel suo *La polivalenza del verbo fare nel linguaggio calcistico italiano*, ed in particolare la tendenza — comune a cronisti, tifosi e addetti ai lavori — ad attingere, a piene mani, a modi di dire molto spesso introdotti dal verbo *fare*. Si suddividono le locuzioni in tecnicismi, espressioni mutuete da differenti ambiti (giuridico, nautico, gastronomico, religioso) oppure da altri idiomi, con lo spagnolo al momento più gettonato dell'inglese, evidenziando alcuni usi linguistici dovuti all'estro o alle bizzesze di noti protagonisti dei rettangoli di gioco. I giornali e le radio, i canali televisivi e gli altri *new media*, pur attraversando una fase di profondi cambiamenti, non smettono dunque di forgiare e rinnovare un linguaggio che infervora uomini e donne, tifosi sfegatati e semplici simpatizzanti, entrato a pieno diritto, anche grazie a intramontabili trasmissioni radiofoniche come *Tutto il calcio minuto per minuto*, nell'immaginario collettivo del popolo italiano.

Laura Gilli, ne *L'incontro di cibo e lingua italiana nella televisione*, si sofferma sulla cultura gastronomica nei programmi televisivi partendo dalla considerazione del fatto che il popolo italiano ha sempre considerato la cucina — o meglio le varie cucine locali — come il principale veicolo della propria identità culturale e che la televisione italiana ha svolto un ruolo fondamentale nella diffusione di tale identità, sia all'interno dei confini nazionali, sia all'estero.

In tale contesto la lingua rispecchia l'identità che il programma televisivo vuole comunicare. Nei programmi maggiormente interessati al concetto di italianità prevale un parlato televisivo di media formalità. Regna sovrano il riferimento alla colloquialità e il parlato-parlato.

Il legame cibo e identità locale è fortemente enfatizzato in tutte quelle trasmissioni legate al viaggio o dedicate a piccole realtà territoriali. In questi casi, la lingua italiana adotta stilemi tipici del linguaggio popolare e soprattutto regionale, comprendendo anche il dialetto. L'italianità viene legata fortemente ad un territorio ed a una precisa

tradizione culinaria.

In altri casi si assiste al prevalere di un'identità più generalizzata, con riferimenti culturali più labili: «l'italianità è un generico riferimento alla gente comune», presenta un italiano quotidiano, di media formalità, mescolato a varietà a tratti trascurate. Compare anche il dialetto, non finalizzato al recupero di una specifica cultura locale, ma utilizzato in senso folkloristico, in una visione non priva di stereotipi e cliché.

Nelle trasmissioni dedicate o che ospitano argomenti di food design l'accento è posto sull'idea di internazionalizzazione. Il linguaggio si adegua alla finalità comunicativa e mostra tratti più eleganti e sostenuti rispetto ai programmi di cucina; i termini stranieri intendono ricreare un'atmosfera internazionale, imitando un linguaggio di settore — anche se in realtà se ne discosta — creando un'impressione di competenza tecnica. Le parole si adeguano a ciò che le immagini presentano, un mondo di alta qualità, raffinatezza e creatività.

## 2. L'Italia e la stampa

La seconda sezione è dedicata alla stampa tradizionale e ai giornali online.

Milena Romano, *La lingua «generalista» del rotocalco: l'italiano di «Oggi», «Gente», RT e Mixer*, si occupa del ruolo del rotocalco nei processi di italianizzazione e di successiva ristandardizzazione linguistica del Paese, mettendo in luce le caratteristiche testuali dei settimanali cartacei «Oggi» e «Gente», seguendone l'evoluzione nella storia dell'editoria a partire dagli anni Sessanta a oggi. La scelta di tale arco temporale deriva dal ruolo fondamentale degli anni Settanta in cui si registra il passaggio del rotocalco dall'editoria tradizionale all'editoria multimediale. Il corpus di riferimento è costituito da *RT*, *Rotocalco Televisivo*, primo rotocalco televisivo italiano, in onda dal 1962 sul Secondo Programma (oggi Rai 2), dalla sua riedizione, trasmessa nel 2007 su Rai 3 e dal programma *Mixer* in onda dal 1980 al 1998.

L'autrice traccia una parabola delle trasformazioni linguistiche dei rotocalchi familiari «Oggi» e «Gente», confrontati con i corrispettivi televisivi mostrando come lo studio del rotocalco, inteso come elemento dell'industria culturale inserito nel processo di costruzione