

# La lingua italiana e i mass media

Nuova edizione

A cura di Ilaria Bonomi e Silvia Morgana



Carocci editore

# Indice

Premessa di <i>Ilaria Bonomi e Silvia Morgana</i>	13
1. L'italiano contemporaneo e la lingua dei media di <i>Andrea Masini</i>	17
1.1. Gli studi sulla lingua dei mass media	17
1.2. Le lingue dei media: tratti comuni e tratti distintivi	19
1.3. L'oralità	24
1.4. Pluralità di codici e di registri	27
1.5. Uno specchio e due raggi	32
Riferimenti bibliografici	39
2. La lingua della radio di <i>Enrica Atzori</i>	41
2.1. Il linguaggio radiofonico nel "trasmesso" multimediale	41
2.2. Novant'anni di radio in Italia	42
2.3. Quadro della radiofonia italiana	46
2.4. Le radio nazionali	49
2.4.1. Radio RAI / 2.4.2. Radio <i>music &amp; news</i> / 2.4.3. Radio musicali / 2.4.4. Radio d'informazione / 2.4.5. Radio confessionali	
2.5. Generi radiofonici	54
2.6. Programmi	57
2.6.1. Informazione / 2.6.2. Musica e intrattenimento / 2.6.3. Cultura / 2.6.4. Servizio	

2.7.	Analisi linguistica	66
	2.7.1. Caratteristiche fonetiche e paralinguistiche / 2.7.2. Tratti della sintassi del periodo / 2.7.3. Tratti dell'italiano dell'uso medio / 2.7.4. Elementi della testualità / 2.7.5. Scelte lessicali	
2.8.	Conclusioni	77
	Riferimenti bibliografici	78
3.	La lingua della televisione di <i>Elisabetta Mauroni</i>	81
3.1.	Una nota introduttiva: ovvero vita, morte (annunciata) e miracoli della TV	81
3.2.	Breve storia della televisione: poteri, tecnologia e intenti	83
	3.2.1. Paleotelevisione e monopolio / 3.2.2. Neotelevisione e flusso televisivo / 3.2.3. La pay TV, il digitale terrestre e l'età dell'abbondanza	
3.3.	Una premessa (anzi due) per l'analisi linguistica	95
3.4.	Diamesie della lingua della televisione	99
	3.4.1. La fiction / 3.4.2. I telegiornali / 3.4.3. La divulgazione scientifica e culturale / 3.4.4. La lingua dello sport	
3.5.	Uno sguardo al cielo: Sky, il <i>narrowcasting</i> e la fruizione differita	108
3.6.	La rivincita della "vera finzione": reality&co. e i microgeneri	110
	Riferimenti bibliografici	113
4.	Le lingue del cinema di <i>Mario Piotti</i>	117
4.1.	L'oggetto	117
4.2.	Le varietà dell'italiano	119
4.3.	I dialetti	136
4.4.	Le altre lingue	153
4.5.	Conclusioni	161
	Riferimenti bibliografici	162

5.	La lingua dei quotidiani di <i>Ilaria Bonomi</i>	167
5.1.	Note storiche	167
5.2.	La lingua dei quotidiani cartacei oggi	168
	5.2.1. Caratteri generali / 5.2.2. Testualità / 5.2.3. Sintassi e interpunzione / 5.2.4. Morfosintassi / 5.2.5. Lessico	
5.3.	La lingua dei quotidiani online	201
	5.3.1. Struttura e testualità / 5.3.2. Sintassi e interpunzione / 5.3.3. Cenni di morfosintassi e lessico	
5.4.	La lingua dei quotidiani gratuiti (free press)	215
	Riferimenti bibliografici	216
6.	La lingua del fumetto di <i>Silvia Morgana</i>	221
6.1.	Linguaggio e lingua del fumetto	221
6.2.	La "grammatica" del fumetto	223
6.3.	Nascita ed evoluzione del medium	230
6.4.	La lingua del fumetto tra convenzione e invenzione	233
	6.4.1. Grafia e interpunzione / 6.4.2. Simulazione del parlato e testualità / 6.4.3. Morfosintassi e sintassi / 6.4.4. Lessico / 6.4.5. Tendenze innovative	
	Riferimenti bibliografici	252
7.	La lingua della canzone di <i>Gabriella Cartago e Franco Fabbri</i>	257
7.1.	E la musica delle canzoni?	257
7.2.	Le parole delle canzoni	260
7.3.	L'egemonia del testo musicale	264
7.4.	La condizione di equilibrio	272
7.5.	La priorità del testo verbale	278
7.6.	Italiano, dialetto, altre lingue	283
	Riferimenti bibliografici	287

8.	La lingua della pubblicità di <i>Giuseppe Sergio</i>	291
8.1.	Una, centomila o nessuna?	291
8.2.	«Nasce, cresce, corre»: cenni storico-linguistici sulla pubblicità italiana	293
8.3.	Il messaggio pubblicitario: «Basta la parola»?	301
8.4.	La retorica ci «mette le aali»	305
8.5.	<i>Less is more</i> : aspetti sintattici e morfologici	309
8.6.	Un lessico superissimo	315
8.7.	«Un flash di freschezza fulminante»: aspetti grafici e fonetici	323
8.8.	Conclusioni	326
	Riferimenti bibliografici	327
9.	Lingua e Internet di <i>Massimo Prada</i>	333
9.1.	Internet	333
9.2.	Oggetti e strumenti della comunicazione su Internet	334
9.3.	Tipi e forme dell'interazione comunicativa su Internet	335
9.4.	Oggetti testuali nella CMT	336
9.5.	Tachigrafie, iconografismi, scritture espressive, <i>ASCII art, leetspeak</i> , fatti grafici specificamente mediali	339
9.6.	La lingua base	345
	9.6.1. Giovanilismi / 9.6.2. Stranierismi e tecnicismi	
9.7.	La posta elettronica	351
9.8.	Gli SMS, il chat e la messaggistica istantanea da PC e mobile	354
	9.8.1. Gli SMS / 9.8.2. Il chat testuale / 9.8.3. La messaggistica istan- tanea	
9.9.	I chat asincroni	361
9.10.	Il web 2.0 e oltre: il caso dei wiki, dei blog, del micro- blogging e dei social network	366
	9.10.1. I wiki e i blog / 9.10.2. I social network e il microblogging: Twitter e Facebook	

9.II.	Cyberitaliano?	379
	Riferimenti bibliografici	381
	Indice analitico	385
	Indice dei nomi	401
	Gli autori	411