

Stile e Sensazionalismo nel Giornalismo Italiano

Style and Sensationalism in Italian Journalism

Mohamed Amin AMROUS 

Université Badji Mokhtar Annaba / Algerie
mohamed-amin.amrous@univ-annaba.org

Reçu : 13/10/2024,

Accepté: 08/11/2024,

Publié: 2112/ 2024

Abstract: The Italian journalism landscape is marked by a wide range of stylistic approaches and editorial practices, reflecting the diversity of the national media environment. Italian newspapers do not adhere to a single writing model; some maintain a formal and neutral style, while others adopt a more sensationalistic approach with eye-catching headlines and vivid narratives. This stylistic variety is shaped by audience needs and editorial preferences, raising questions about the quality and effectiveness of information. While diverse styles can enhance the informational landscape, sensationalism may undermine factual accuracy and negatively impact public perception. It is therefore crucial for journalists to uphold high standards of integrity and accuracy, ensuring responsible and high-quality communication.

Keywords: Integrity; Attention-grabbing headlines; Italian journalism; Newspaper; Quality of information.

Résumé: Il panorama del giornalismo italiano è caratterizzato da una vasta gamma di approcci stilistici e pratiche editoriali, che riflettono la diversità dell'ambiente mediatico nazionale. I giornali italiani non seguono un unico modello di scrittura; alcuni mantengono uno stile formale e neutrale, mentre altri adottano un approccio più sensazionalistico, con titoli accattivanti e narrazioni vivide. Questa varietà stilistica è influenzata dalle esigenze del pubblico e dalle preferenze editoriali, sollevando interrogativi sulla qualità e sull'efficacia dell'informazione. Sebbene stili diversi possano arricchire il panorama informativo, il sensazionalismo può compromettere l'accuratezza dei fatti e influire negativamente sulla percezione pubblica. È quindi fondamentale che i giornalisti rispettino alti standard di integrità e accuratezza, garantendo una comunicazione responsabile e di alta qualità

Mots-clés: Integrità, Titoli accattivanti, Giornalismo italiano, Testata, Qualità dell'informazione.

Introduction

Questo studio analizza il panorama diversificato del giornalismo italiano, caratterizzato da una vasta gamma di approcci stilistici e editoriali. I quotidiani italiani non adottano un modello di scrittura uniforme; al contrario, presentano una notevole variabilità nella trattazione delle notizie. Alcuni giornali mantengono un tono formale e neutro, mentre altri si orientano verso uno stile più sensazionalistico, con titoli accattivanti e narrazioni vivaci. Questa varietà stilistica è influenzata da fattori quali le esigenze del pubblico e le preferenze editoriali, sollevando interrogativi significativi sulla qualità e sull'efficacia delle informazioni fornite. Sebbene una differenziazione stilistica possa arricchire l'offerta informativa, il sensazionalismo potrebbe compromettere l'accuratezza dei fatti e influenzare negativamente la percezione pubblica. Pertanto, è essenziale che i giornalisti mantengano elevati standard di integrità e precisione, assicurando una comunicazione responsabile e di alta qualità. Quali sono le conseguenze a lungo termine di queste scelte stilistiche sulla fiducia del pubblico nei media e sulla qualità del dibattito pubblico?

I. La linguistica del linguaggio giornalistico italiano

La nostra ricerca si basa sull'analisi del ruolo multi-acetico del giornale, il quale non solo fornisce notizie e informazioni di interesse pubblico, ma svolge anche una funzione sociale significativa, favorendo interazioni e scambi tra le persone e diventando parte integrante della routine quotidiana. Abbiamo concentrato la nostra attenzione sulla lingua giornalistica, esaminando come la struttura sintattica e il vocabolario, caratterizzati da formule fisse e parole chiave, siano influenzati da vari fattori stilistici e normativi. Come osserva M. Dardano, il linguaggio giornalistico è profondamente influenzato da fattori ideologici e culturali che orientano la produzione dei media, evidenziando anche il fenomeno della manipolazione delle notizie. Inoltre, abbiamo considerato l'influenza dell'inglese, che ha introdotto termini e frasi moderni nel linguaggio giornalistico italiano, rendendolo più contemporaneo e cosmopolita. Tuttavia, è cruciale mantenere la chiarezza per il lettore italiano, per evitare che l'uso eccessivo di anglicismi comprometta la comprensibilità.

Come sottolinea De Mauro, si deve concludere che la stampa, anche dopo l'avvio di una seria politica scolastica e anche dopo l'avvento trionfale delle trasmissioni audiovisive, è restata uno dei più potenti fattori di diffusione della lingua nazionale. Questo conferma il ruolo essenziale della stampa nel plasmare e diffondere la lingua e le norme linguistiche (De Mauro, 114: 1979).

I.1- La fruizione della testata

Capechi e Lolsi identificano tre principali meccanismi di deformazione nella stampa. Il primo, "scomposizione e alterazione della sequenza temporale" (Capechi e Lolsi, 281: 1995), consiste nel riorganizzare gli eventi in una cronologia imprecisa per enfatizzare o minimizzare certi aspetti della cronaca o delle responsabilità. Il secondo, "parte per tutto" (Capechi e Lolsi, 283: 1995), estende il comportamento di un individuo a tutto il gruppo di cui fa parte, spesso per motivi politici. Il terzo, "causa per effetto" (Capechi e Lolsi, 283: 1995), implica un'errata identificazione delle cause e degli effetti degli eventi.

L'importanza della nostra ricerca risiede proprio nella capacità di sensibilizzare i lettori su questi meccanismi di manipolazione. Comprendere come i giornali utilizzano tali tecniche è fondamentale per evitare di cadere vittima di distorsioni informative e per sviluppare un occhio critico nei confronti dei contenuti mediatici. La nostra analisi mira a fornire strumenti utili per riconoscere e interpretare queste manipolazioni, promuovendo una lettura più consapevole e informata delle notizie.

I.2- La titolatura e l'impaginazione

Un quotidiano deve essere analizzato attentamente attraverso i titoli che riporta, poiché questi svolgono un ruolo cruciale nell'attrarre l'attenzione del lettore e nel determinare l'interesse per gli articoli. La disposizione dei titoli, la loro impaginazione e il numero di notizie titolate in prima pagina rappresentano il contenuto principale del giornale e definiscono l'immagine che esso proietta. Come osserva Eco, i titoli non sono semplici espressioni, ma spesso consistono in una struttura complessa che guida l'interpretazione dell'articolo (Eco, 157: 2010). Dardano, inoltre, distingue tra occhiello, titolo e sottotitolo, evidenziando le loro funzioni specifiche: richiamo, argomento fondamentale e articolazione dei contenuti (Dardano, 94: 1994). È essenziale considerare anche la varietà dei titoli, come quelli emotivi o informativi, poiché il loro stile e contenuto influenzano i rapporti pragmatici tra stampa e pubblico. L'impaginazione e la tipografia dei titoli non solo veicolano l'informazione, ma riflettono anche l'ideologia del quotidiano, mostrando come le scelte redazionali plasmino il messaggio e l'immagine del giornale.

II. La struttura interna dell'articolo

I Per analizzare il linguaggio dei quotidiani, è fondamentale esaminare sia i contenuti che le aspettative dei lettori. La nostra ricerca si basa sul metodo di analisi delle strutture formali sviluppato da Dardano, il quale ha applicato questo approccio ad articoli di cronaca politica provenienti da sei quotidiani nazionali. Dardano sostiene che ogni articolo segue specifiche regole di composizione riguardanti la selezione dei contenuti, l'ordine e le modalità di esposizione, come l'inizio, l'inquadramento e la conclusione della notizia (Dardano, 30: 1973).

Qui di seguito è riportato un esempio che illustra la struttura interna di un articolo di giornale:

- Titolo: "Crisi Energetica: Nuove Misure del Governo per Contrastare l'Aumento dei Prezzi"
- Occhiello: "Interventi Straordinari Annunciati Oggi"
- Sottotitolo: "Il Ministro dell'Energia Spiega le Nuove Politiche e Risponde alle Critiche"

Nel linguaggio giornalistico emergono due tendenze principali: una mirata alla brevità per una maggiore leggibilità, caratterizzata da periodi brevi ed enumerativi, e l'altra che utilizza una struttura complessa, tipica della cronaca politica, con accumulo di proposizioni subordinate. Inoltre, la scelta delle strutture sintattiche e del lessico dipende dal tipo di cronaca e dagli obiettivi del cronista, influenzata da vari sottocodici e registri stilistici. Questo processo riflette le differenze di contesto, formazione culturale e ideologia, che orientano e adattano l'uso delle espressioni nel linguaggio giornalistico.

II.1- Le perifrasi e sinonimi nel giornale

Le testate analizzate riproducono più o meno gli stessi appellativi, si nota però una maggiore parsimonia da parte dei quotidiani di partito *Avanti!* E *Il Popolo*: essi alternano gli stessi sinonimi, senza però crearne di nuovi. Inoltre, l'appellativo "boat-people", di grande effetto, usato spesso nei titoli dagli altri giornali, non compare mai nell'organo ufficiale del Psi e una sola volta nel giornale democristiano, tra l'altro con gli accorgimenti grafici del trattino di separazione e tra virgolette. In realtà si evidenzia anche in altri quotidiani una certa prudenza nell'impiego di questo termine. Sono volutamente evitati troppa enfasi, troppo sentimentalismo nell'utilizzo di sinonimi che possono produrre nel lettore atti associativi di tipo emozionale ed anche storico.



Figura 4. Libro - Prima Pagina, Venerdì 29 Dicembre 2024

Il titolo “Uomo dell’anno” utilizzato dal quotidiano “Libero” per Giorgia Meloni è un esempio di ironia e satira politica. La scelta di questo termine, solitamente associato al genere maschile, per una donna come Meloni, ha diversi strati di significato:

- **Ironia e critica alla Sinistra:** il titolo ironico critica la sinistra per non aver prodotto una donna in una posizione di grande potere politico, suggerendo che è stato necessario che una donna di destra, Meloni, emergesse come “uomo dell’anno” per dimostrare una capacità di leadership. Questo implica che la sinistra non è riuscita a promuovere una figura femminile di spicco, mentre la destra, pur avendo una leader donna, la celebra in termini tradizionalmente maschili.

- **Celebrazione paradossale:** chiamare Meloni “uomo dell’anno” è una celebrazione paradossale che sottolinea il suo successo nel raggiungere una posizione di leadership senza considerare il genere. Utilizzando un termine maschile, il titolo sottolinea quanto Meloni sia riuscita a emergere in un contesto politico dominato da uomini, quasi come se il suo successo fosse così significativo da meritargli un riconoscimento tipicamente riservato agli uomini.

- **Uso della perifrasi e sinonimi:** invece di usare il termine “presidente del Consiglio” o una descrizione diretta del suo ruolo, il quotidiano opta per una perifrasi che veicola una critica e un elogio simultanei. Questa scelta retorica è mirata a creare un effetto più forte e a stimolare una riflessione critica su entrambi gli schieramenti politici.

- **Polarizzazione e identità Ideologica:** il titolo serve a polarizzare l’opinione pubblica, rafforzando l’identità politica di chi legge “Libero”. Impostando la Meloni come una figura di potere in modo ironico, il quotidiano rinforza le

proprie posizioni politiche e sottolinea il contrasto tra destra e sinistra, sfruttando il potere evocativo dell'ironia.

- Riflessione sulle dinamiche di genere: l'uso del termine **“uomo”** per una donna solleva questioni su come il potere e il successo siano spesso associati a caratteristiche tradizionalmente maschili. Questo paradosso riflette una critica alla società e alla politica, che continuano a vedere il potere in termini maschili, nonostante le donne abbiano raggiunto posizioni di leadership.

In sintesi, il titolo **“Uomo dell'anno”** è uno strumento retorico che utilizza ironia e paradosso per criticare la sinistra, esaltare Meloni, e stimolare una riflessione sulle questioni di genere e potere nella politica italiana.

II.2- L'enfasi nelle testate italiane

Il discorso carico d'enfasi costituisce una delle caratteristiche nella lingua del quotidiano, gioca sul lessico per intenti manipolatori, provocatori o persuasivi; quindi, esiste tutta una gamma di locuzioni stereotipate formulate sulla base di una tendenza elettiva generale. In questo senso il modello della lingua della testata gioca un ruolo rilevante nell'influenzare il linguaggio giornalistico

Secondo Dardano, la tendenza all'iperbole, al traslato, le modalità di una scrittura impressiva e sorprendete...è comune nei due settori (Dardano, 45:1987).

Dunque, la lingua della stampa e quella della pubblicità possiedono grandi possibilità linguistiche comuni. Ciò che qui è opportuno porre in rilievo è lo sviluppo delle forme elettive, del superlativo in particolare. Sono ormai divenuti caratteristici gli usi di morfemi accrescitivi.

Figura 4. Corriere della sera - Prima Pagina, sabato 19 Marzo 2020



Quando vediamo la prima pagina del *Corriere della Sera* spesso utilizza una formazione superlativa per catturare l'attenzione, sottolineando la singolarità e l'esclusività degli eventi. Questa strategia evidenzia l'uso diffuso dell'elevazione semantica nella comunicazione, che sfrutta una vasta gamma di possibilità

linguistiche. L'effetto emotivo potente degli aggettivi, associati a determinati sostantivi, contribuisce alla seduzione linguistica, rendendo le notizie ancora più incisive e coinvolgenti.

Abbiamo notato che i titoli dei giornali, come quelli del quotidiano *Il Messaggero*, utilizzano tecniche specifiche per affrontare situazioni difficili.

Figura 4. Il Messaggero - Prima Pagina, Sabato 3 Aprile 2021



La parola "spiraglio" viene scelta per trasmettere un senso di ottimismo e possibilità anche in contesti complicati. Inoltre, l'uso delle metafore nel giornalismo serve a rendere i concetti complessi più comprensibili e a suscitare emozioni nei lettori, rendendo le notizie più coinvolgenti e facilitando la loro comprensione. Come osserva il linguista George Lakoff, "Le metafore non solo ci aiutano a capire il mondo, ma influenzano anche come lo viviamo" (*Metaphors We Live By*, 1980). Questo approccio evidenzia come il linguaggio giornalistico utilizzi le metafore per adattare la comunicazione alle esperienze e alle emozioni del lettore.

Nelle testate italiane, le figure retoriche giocano un ruolo cruciale nel rendere gli articoli più coinvolgenti e persuasivi. Strumenti come l'iperbole vengono utilizzati per amplificare i punti salienti, mentre la metafora aiuta a chiarire e vivificare concetti complessi. L'ironia e l'allusione possono aggiungere uno strato di sofisticatezza e riflessione critica. L'uso di queste tecniche varia a seconda del contenuto e del tono dell'articolo, ed è particolarmente evidente nei titoli a caratteri cubitali. Questi titoli, spesso dedicati a vicende politiche e scandali, mirano a catturare immediatamente l'attenzione del lettore con brevità ed efficacia. Come osserva il linguista e teorico della comunicazione Mikhail Bakhtin, "Le figure retoriche non sono semplici ornamentali, ma strumenti attraverso i quali la lingua e il pensiero si intrecciano per influenzare e coinvolgere il pubblico" (Bakhtin, *Il Problema del Discorso*, 34:1986).

Figura 4. Il Tempo - Prima Pagina, sabato 12 febbraio 2024



L'uso di espressioni come "Il Sanremo di Hamas" può risultare offensivo o minimizzare la gravità delle azioni e delle questioni legate alla situazione geopolitica. È quindi fondamentale affrontare il tema della guerra con la massima responsabilità e rispetto per la complessità delle situazioni coinvolte nel Medio Oriente. Le metafore utilizzate spesso provengono da ambiti linguistici diversi. Questi includono il lessico della guerra, che usa termini militari per descrivere situazioni non belliche, e il campo della strategia e della tattica militare, che applica concetti e linguaggio tipici della pianificazione e della conduzione di conflitti a contesti diversi.



Figura 4. Il Giornale - Prima Pagina, sabato 1 aprile 2022

Il giornale abbia utilizzato l'espressione "Putin kamikaze" per descrivere le azioni di Vladimir Putin nella guerra tra Russia e Ucraina. Questo termine potrebbe essere usato in modo metaforico per sottolineare la natura rischiosa o estrema delle sue decisioni. Tuttavia, l'uso di espressioni come "kamikaze" è carico di connotazioni e può riflettere le opinioni o le critiche specifiche del giornale nei confronti del presidente russo. La politica è spesso oggetto di dibattiti accesi e l'uso di termini forti può essere indicativo delle posizioni e delle interpretazioni del giornale stesso.



Figura 4. Corriere dello Sport - Prima Pagina, Martedì 13 giugno 2023

In particolare, viene citata l'espressione "**la fine del gioco**", tratta dall'opera di Luigi Pirandello *Il giuoco delle parti* per sottolineare come i giornalisti interpretino la morte di Berlusconi attraverso una lente pirandelliana. Questo riferimento serve a illustrare come la situazione politica sia percepita come un dramma teatrale, dove gli eventi si svolgono con una certa teatralità e fatalismo.

L'emittente che ha diffuso il messaggio invita i lettori a riflettere su Pirandello e il suo modo di rappresentare le crisi esistenziali, suggerendo che una comprensione più profonda del contesto culturale e letterario possa aiutare a chiarire la situazione politica che si sviluppa dopo la scomparsa di Berlusconi. In questo modo, il brano sottolinea l'importanza di interpretare la crisi politica attraverso una prospettiva culturale e metaforica.

IV.1- Metafore e media

Abbiamo notato che l'uso frequente delle metafore nei giornali italiani può portare a una loro normalizzazione, fino al punto in cui tali espressioni non sono più riconosciute come figurative. La lingua dei media è soggetta a una continua evoluzione, in cui le metafore "alla moda" vengono sostituite da nuove espressioni, che a loro volta possono perdere rapidamente la loro espressività. Come sottolinea il linguista George Lakoff, "Il linguaggio metaforico è un indicatore potente della nostra comprensione culturale e sociale, e le sue trasformazioni riflettono cambiamenti più ampi nella società" (Lakoff, *Metaphors We Live By*, 1980). Questo fenomeno riflette una realtà politica e sociale in costante cambiamento, che influisce direttamente sul linguaggio dei giornali. Abbiamo osservato che il lettore deve spesso adattarsi a nuove formule linguistiche, poiché il significato delle metafore nuove può non essere immediatamente chiaro. Tuttavia, è emerso che le metafore nei titoli dei giornali sono utilizzate per rendere le notizie più coinvolgenti e memorabili, facilitando la comprensione di concetti complessi in modo immediato e viscerale. Questo stile uniforme e drammatico serve a riflettere le preoccupazioni e le decisioni politiche del governo italiano, contribuendo a una narrazione più impattante delle vicende politiche.

IV.2- Innovazione Lessicale nel Giornalismo Italiano

Per le future ricerche sull'uso dei derivati nel linguaggio giornalistico, è cruciale esplorare come questi elementi contribuiscano all'innovazione lessicale in italiano attraverso le testate. È utile analizzare come sinonimi e variazioni linguistiche arricchiscano e diversifichino la narrazione giornalistica, offrendo nuove sfumature e prospettive. Inoltre, studiare l'uso di suffissi come "**ista**" e

"ismo", può fornire una comprensione più profonda delle dinamiche linguistiche e dell'evoluzione della lingua italiana. L'analisi dei derivati legati a personaggi pubblici può rivelare come tali termini riflettano e influenzino la loro rilevanza nel tempo, mentre l'uso di alterazioni linguistiche aggiunge tonalità emotive e ironiche ai testi, influenzando la percezione del pubblico. Come osserva G. Frenguelli, l'uso delle parole alterate nei giornali non solo arricchisce il linguaggio ma contribuisce anche all'innovazione lessicale, dimostrando l'evoluzione della lingua attraverso le testate (Frenguelli, 55: 2024). Questi spunti possono guidare ulteriori ricerche sull'impatto dei derivati e delle innovazioni lessicali nel giornalismo.

Conclusioni

In sintesi, lo stile giornalistico delle testate italiane rappresenta un elemento cruciale nella definizione del panorama mediatico del paese. La varietà di approcci stilistici riflette la pluralità di voci e orientamenti presenti nel panorama informativo, ma solleva anche questioni significative riguardo alla qualità e all'impatto dell'informazione. È fondamentale che i lettori sviluppino un approccio critico verso le diverse forme di narrazione, e che i giornalisti e le redazioni si impegnino a mantenere standard elevati di veridicità e responsabilità, indipendentemente dallo stile adottato. Solo attraverso un equilibrio tra sensibilità editoriale e integrità informativa sarà possibile garantire una comunicazione efficace e un'informazione di qualità nel contesto mediatico italiano.

Bibliografia

- BONOMI Isabella, (2002), *L'italiano giornalistico. Dall'inizio del '900 ai quotidiani on line*, Firenze, Cesati.
- BONOMI Isabella, (2003), *La lingua dei quotidiani*, Roma, Carocci.
- ECO Umberto, (2010), *Come si fa una tesi di laurea*, Milano, Bompiani.
- DARDANO Maurizio, (1994), *La lingua dei media*, Bari, Laterza.
- DE BENEDETTI Andrea, (2004), *L'informazione liofilizzata: uno studio sui titoli di giornale*, Firenze, Cesati.
- DE MAURO Tullio, (1979), *Storia linguistica dell'Italia unita*, Bari, Laterza.
- GUALDO Riccardo, (2007), *L'italiano dei giornali*, Roma, Carocci.
- LO RUSSO Anna Maria, VIOLI Patrizia, (2004), *Semiotica del testo giornalistico*, Bari, Laterza.
- LORENZETTI Luca, (2005), *Fare un giornale online. Un manuale pratico*, Roma, Audino.
- PONTECORVO Clotilde, CAPECHI Micaela, LOLSI Anna Maria, (1995), *La conduzione della conversazione. Turni e forme di partecipazione verbale*, Roma, Laterza.
- PRADA Maria, (2003), *Lingua e web*, Roma, Carocci.

Author's biography

AMROUS Mohamed Amin est doctorant en linguistique à l'Université Badji Mokhtar d'Annaba, spécialisé en langue italienne. Auteur de plusieurs articles scientifiques, il a participé à de nombreux séminaires nationaux et internationaux. Ses recherches portent principalement sur la sociolinguistique et l'analyse conversationnelle.