

FRANCESCA CIALDINI E NICOLETTA MARASCHIO, *L'ITALIANO DELLA RADIO*, CAROCCI EDITORE, ROMA, 2024.

L'agile, ma ricco volume fa parte della collana “Bussole” ed è uscito nell'ottobre 2024, in occasione del centenario della prima trasmissione radiofonica in Italia. Offre una panoramica completa della lingua della radio, soffermandosi nei primi due capitoli sul profilo storico (a cura di Nicoletta Maraschio) e negli ultimi due capitoli sul quadro attuale (a cura di Francesca Cialdini).

La radio in Italia tiene, nonostante la concorrenza delle piattaforme musicali e la fuga dei giovani verso altre forme di comunicazione in rete. L'indagine sugli ascolti della radio in Italia RadioTER per l'anno 2024 certifica un totale di ascoltatori della radio pari a 35 milioni nel giorno medio, su una popolazione di poco oltre 52 milioni di abitanti sopra i 14 anni, ma con la rilevante esclusione delle reti della RAI che lo scorso anno ha optato per rilevazioni autonome. L'ascolto avviene sempre più tramite mezzi diversi dall'autoradio - che comunque, post-pandemia, torna a essere il dispositivo più utilizzato - e dall'apparecchio domestico: smartphone, televisori, tablet e PC. Il suono della radio non è più volatile, ma persistente perché può essere ascoltato/riascoltato dalle piattaforme multimediali che contengono i canali radiofonici, ma anche podcast, audiolibri e il sonoro di trasmissioni TV (es. *Raiplay Sound*). La radio non è unidirezionale, al contrario è sempre più partecipata: con le telefonate e i messaggi vocali manda in onda gli ascoltatori che contribuiscono così con i propri contenuti alla trasmissione. Nella radiovisione, la comunicazione non si limita alla voce, in quanto è arricchita dalle espressioni del viso e dalla gestualità dei conduttori e degli ospiti. Tutti questi fattori aumentano la varietà, l'informalità e i margini di spontaneità del parlato radiofonico, con gli effetti sulla lingua che nel corso del volume saranno descritti.

Il **primo capitolo** è dedicato alla storia della radio italiana e alla sua lingua. La periodizzazione è legata a trasformazioni politiche fondamentali e a cambiamenti rilevanti nel sistema dei media: 1. Dalle prime trasmissioni nel 1924 alla fine del fascismo, 2. Dal 1945 al 1976 (legalizzazione dell'emittenza privata locale), 3. Dal 1976 al 2000, 4. Dal 2000 a oggi (affermazione di Internet).

Con l'URI nel 1924 e poi con l'EIAR dal 1928, la radio diventa il più potente mezzo di propaganda governativa. Gli interventi sulla lingua sono normativi: la sostituzione dei termini stranieri e il modello di pronuncia dell'asse Roma-Firenze. Nel 1944 l'EIAR si trasforma in RAI; fino agli anni '60 è prevalente il parlato-scritto, ovvero il testo scritto per essere letto o recitato. Irrompe la cultura giovanile, una miscela di musica, parlato spontaneo e umorismo demenziale. Il programma “Chiamate Roma 3131” nel 1969 introduce le telefonate in diretta degli ascoltatori. Intanto radio straniere iniziano a trasmettere in italiano, come Radio Montecarlo che adotta dediche e giochi per coinvolgere il pubblico, e nascono le radio libere, ammesse con una sentenza della Corte Costituzionale nel 1976. Si impongono le radio musicali commerciali con copertura

nazionale e, a partire dagli anni ’90, i grandi gruppi editoriali. Nel 1997 viene inaugurata la prima *webradio*.

Il **secondo capitolo** richiama le ricerche svolte dal Centro di Grammatica Italiana dell’Accademia della Crusca sul *Lessico italiano radiofonico*, composto da due corpora, il LIR1 (1995-1996, 64 ore di parlato di 9 emittenti pubbliche e private) e il LIR2 (2003, 32 ore di 3 reti RAI). Nel capitolo ne vengono studiati alcuni tratti, come i segnali discorsivi, le forme fatiche, i ‘plastismi’ e gli elativi. Nell’ambito del lessico è analizzato l’apporto di neologismi, forestierismi, tecnicismi e l’aspetto ancora contenuto del turpiloquio. Si sottolinea in particolare l’interesse della rilevazione delle tipologie comunicative e del grado di spontaneità del parlato radiofonico. Trent’anni fa il monologo era assolutamente dominante, il dialogo occupava meno di un quarto del tempo, le telefonate il 3%. In entrambi i campioni il parlato esecutivo, cioè il parlato letto o recitato sulla base di un testo scritto, superava il 60%: in questa modalità rientrano i programmi informativi e culturali, i radiodrammi, la fiction, la lettura ad alta voce di testi letterari. Il parlato programmato e il parlato semi-improvvisato erano oltre il 20%, il parlato spontaneo solo al 13%. Certo, bisogna ricordare che il LIR2 del 2003 comprende 3 emittenti RAI e nessuna privata commerciale, ma il basso livello di spontaneità rilevato colpisce in confronto all’oggi, in cui purtroppo non disponiamo di un’ampia base dati di confronto statistico.

Il **terzo capitolo** analizza la lingua della radio negli anni Duemila. Un tratto evidente è la presenza accresciuta del parlato spontaneo: l’integrazione del mezzo con la rete amplifica i tratti legati all’immediatezza del parlato. La lingua trasmessa alla radio presenta elementi di continuità con il passato e novità. La varietà dell’offerta comporta una grande ricchezza linguistica, amplificata dalla multimedialità e dalla crossmedialità: la radio mostra un’ibridazione avanzata nel sistema dei media, per la capacità di proporre i programmi in tutti i vettori disponibili. Con l’avvento del digitale e di dispositivi sempre connessi a Internet, la riproposizione di programmi già andati in onda rompe la simultaneità tra emissione e fruizione. Con il podcasting e i social media si supera quindi l’ascolto lineare, si estendono la personalizzazione e la partecipazione, l’interazione e la creazione di contenuti da parte del pubblico. Il rapporto tra social e radio è sempre più stretto. Facebook, Twitter (oggi X) e Instagram sono usati “come estensione dei programmi radiofonici, come luogo di partecipazione della comunità legata alla radio e quindi come strumento di costruzione e mantenimento del pubblico”. Il rapporto con lo scritto/parlato nel trasmesso radiofonico varia ovviamente a seconda dei programmi: aderenti allo scritto quelli informativi, aperti al parlato conversazionale quelli di intrattenimento. L’integrazione della radio con la rete ha amplificato la tendenza all’informalità e all’immediatezza, con l’immissione in massa di colloquialismi, giovanilismi e anglicismi. Si registra anche una presenza maggiore di forme basse e volgari,

che nei programmi di intrattenimento e nei talk show delle emittenti private - su tutti, *Lo Zoo di 105* e *La Zanzara* di Radio24 - sono moltiplicate rispetto ai primi anni Duemila. Il capitolo prosegue con un quadro aggiornato su emittenti, macrogeneri e programmi, con notazioni di descrizione linguistica dei raggruppamenti per genere: l'informazione e l'approfondimento, i programmi scientifici e culturali, l'intrattenimento leggero, la musica classica, lo sport, la pubblicità. Chiude il capitolo l'approfondimento dedicato alla radiovisione, un aspetto interessante dell'evoluzione radiofonica a partire dal 2007, quando RTL 102.5 apre il suo canale TV mandando in onda non solo una rotazione di video musicali, ma le riprese dal vivo e in diretta dagli studi. L'ascoltatore è spettatore, la radio smette di essere solo suono e diventa anche immagine. I canali *visual radio* sono attualmente 24 sul digitale terrestre e oltre 70 sulle piattaforme televisive. Una direzione di ricerca futura potrebbe essere verificare le interazioni comunicative e linguistiche sulla radio trasmessa in TV.

Il **quarto capitolo** approfondisce i rapporti tra radio e social network. La radio si è adattata molto bene ai cambiamenti e ha saputo adeguare il proprio linguaggio alle nuove tecnologie. Grazie a piattaforme come Facebook e Instagram, il pubblico si è allargato ed è aumentata la partecipazione, con conseguenze anche sul piano linguistico. L'analisi riguarda il periodo 2019-2024 e ha toccato soprattutto la struttura testuale e il lessico delle pagine/profili social di una selezione di reti e programmi radiofonici. Conferma la presenza di una lingua informale, di strutture testuali che si ripetono, lessico comune e sintassi non complessa. Molto dipende dal genere di programma e dal tema affrontato. Nelle pagine di reti e programmi di intrattenimento troviamo una lingua corrente, aperta a colloquialismi, giovanilismi e forestierismi già acclimatati, riferiti al mondo giovanile, dello spettacolo e dei social stessi (es. *vamping*, *blastare*, *triggerare*...). Il testo funge da introduzione a un'immagine o a un video; spesso sono semplici titoli o didascalie. Pertanto, i testi sono brevi, composti da frasi nominali e monoproposizionali: dominano la giustapposizione e la coordinazione. La punteggiatura è espressiva, con aggiunta di *emoticon* ed *emojis*; nella pagina FB di Rai Radio3, invece, l'uso della punteggiatura rispecchia quello della lingua scritta. La funzione dei post è l'invito a interagire, a partecipare con commenti, quindi abbondano le esclamazioni, le espressioni gergali di giudizio positivo o negativo (*adoro*, *devastante*, *pazzesco*...). La tendenza alla sintesi aumenta nel passaggio dei contenuti su Instagram e su TikTok. Su quest'ultimo si trovano, in particolare nei commenti, molte forme del gergo giovanile (*assurdo*, *bro*, *sto male*...).

In conclusione, le parole chiave che caratterizzano la radio oggi (personalizzazione, interattività e crossmedialità) sono dovute certamente all'avvento di Internet, ma erano potenzialità del mezzo fin dalle origini. L'italiano della radio è approdato a un “multilinguismo che filtra, reinventa e amplifica l'intero, multiforme panorama sonoro dell'Italia contemporanea”. L'immediatezza, la spontaneità e la colloquialità sono tratti ricercati in tutti i tipi di programmi, ma la lingua dell'intrattenimento dominante è

volutamente aperta a un registro informale e comico, talvolta tendente verso il basso e il turpiloquio.

La radio, insieme alla TV dal 1954, è stato uno dei principali fattori di italianizzazione e unificazione linguistica, un modello di lingua parlata. Oggi sono molti gli elementi di continuità, ma anche di discontinuità che il volume mette in luce. L’elemento di maggiore discontinuità consiste nella grande partecipazione degli ascoltatori, impensabile in televisione. Negli ultimi due decenni la partecipazione attiva del pubblico - soprattutto tramite i social network - ha accentuato i sommovimenti della lingua della radio verso quella dei suoi fruitori che, da meri ascoltatori, sono diventati produttori di contenuti.

ENRICA ATZORI

DATA DI PUBBLICAZIONE: 28 FEBBRAIO 2025