

# INDICE GENERALE

## PARTE I<sup>a</sup>

### Capitolo 1

|  |    |
|--|----|
| <b>PRIMA INCURSIONE: LINGUA E DISCORSO DI SPECIALITÀ</b> .....                                     | 18 |
| <b>1.1 Linguaggio e lingua</b> .....   | 18 |
| <b>1.2 Delimitazione semiotica, linguistica e funzionale</b>                                       |    |
| <b>delta lingua speciale come sistema</b> .....  | 20 |
| <b>1.3 Lingua di specialità come sotto-linguaggio di tutta la lingua</b> .....                     | 23 |
| 1.3.1 <i>Definizioni della lingua di specialità</i> .....  | 24 |
| 1.3.2 <i>Lingua di specialità e funzione</i> .....   | 25 |
| <b>1.4 Lingua di specialità come testo e sistema</b> .....   | 27 |
| <b>1.5 Parlato e scritto nella lingua di specialità</b> .....                                      | 28 |
| <b>1.6 Lingua di specialità standard e non standard</b> .....                                      | 29 |
| 1.6.1 <i>Diversificazione della specialità</i><br><i>e specialità come campo di attività</i> ..... | 30 |
| 1.6.2 <i>Divisione verticale/stilistica della lingua di specialità</i> .....                       | 31 |
| 1.6.3 <i>Caratteristiche lessicali</i> .....   | 32 |
| <b>1.7 Terminologia e cambiamenti sociali</b> .....  | 34 |
| 1.7.1 <i>Terminologia e esigenze professionali</i> .....   | 35 |
| 1.7.2 <i>Unità terminologiche e gruppi professionali</i> .....                                     | 37 |
| 1.7.3 <i>Le attività terminologiche dei gruppi professionali</i> . .....                           | 38 |
| 1.7.4 <i>Da prassi diverse a una duplice concezione</i><br><i>della terminologia</i> .....         | 43 |
| 1.7.5 <i>La terminologia descrittiva, materia della linguistica</i> .....                          | 46 |
| 1.7.6 <i>La terminologia tra lessicologia e documentazione</i> .....                               | 49 |
| <b>1.8 Conclusioni: caratteristiche generali della lingua di specialità</b> .....                  | 50 |
| 1.8.1 <i>Caratteristiche lessicali della LSP</i> .....   | 55 |
| 1.8.2 <i>Caratteristiche morfosintattiche</i> .....  | 56 |
| 1.8.3 <i>Caratteristiche testuali</i> .....  | 57 |
| 1.8.4 <i>Caratteristiche funzionali</i> .....  | 57 |
| 1.8.5 <i>Caratteristiche extralinguistiche (codificazione iconica)</i> .....                       | 58 |
| <b>1.9 Lingua dell'economia</b> .....  | 58 |
| 1.9.1 <i>Il livello specialistico-requisiti</i> .....  | 59 |
| 1.9.2 <i>Il livello divulgativo</i> .....  | 60 |

**Capitolo 2****SECONDA INCURSIONE: COMUNICAZIONE**

|   |    |
|---|----|
| <b>E DIVULGAZIONE SCIENTIFICA</b> .....                                 | 62 |
| <b>2.1 Economia dell'informazione/informazione dell'economia</b> .....  | 62 |
| <b>2.2 Informazione, comunicazione e conoscenza scientifica</b> .....   | 64 |
| <b>2.3 La comunicazione scientifica</b> .....                           | 66 |
| <b>2.4 La divulgazione scientifica</b> .....                            | 70 |
| <b>2.5 L'attuazione della comunicazione</b>                             |    |
| <b>nel discorso di divulgazione scientifica</b> .....                   | 73 |
| 2.5.1 <i>Diffondere conoscenze attraverso un discorso secondo</i> ..... | 73 |
| 2.5.2 <i>Un discorso di riformulazione esplicita</i> .....              | 74 |

**Capitolo 3****TERZA INCURSIONE: L'INTERAZIONISMO SOCIO-DISCORSIVO**..... 92

|  |     |
|--|-----|
| <b>3.1 Azione e linguaggio</b> .....                                 | 92  |
| <b>3.2 I testi e il loro statuto</b> .....                           | 95  |
| <b>3.3 I vari livelli di approccio dei testi</b> .....               | 96  |
| 3.3.1 <i>I "tipi di test"</i> .....                                  | 97  |
| 3.3.2 <i>I testi singolari o "empirici"</i> .....                    | 100 |
| <b>3.4 Approccio metodologico generale</b> .....                     | 104 |
| 3.4.1 <i>I dati empirici e la loro raccolta</i> .....                | 102 |
| <b>3.5 Procedimenti di analisi</b> .....                             | 103 |
| <b>3.6 Considerazioni didattiche</b> .....                           | 104 |
| <b>3.7 Le condizioni di produzione dei testi</b> .....               | 105 |
| 3.7.1 <i>Il contesto di produzione</i> .....                         | 105 |
| 3.7.2 <i>Il contenuto tematico</i> .....                             | 106 |
| 3.7.3 <i>Il prestito dall'intertesto</i> .....                       | 107 |
| <b>3.8 I tipi di discorso</b> .....                                  | 108 |
| 3.8.1 <i>Generi di testo e tipi di discorso</i> .....                | 108 |
| 3.8.2 <i>Mondi discorsivi e archetipi psicologici</i> .....          | 110 |
| 3.8.3 <i>Il discorso economico teorico</i> .....                     | 110 |
| 3.8.4 <i>Dialogo e monologo</i> .....                                | 113 |
| 3.8.5 <i>Orale e scritto</i> .....                                   | 114 |
| <b>3.9 Frontiere e fusione dei tipi di discorso</b> .....            | 114 |
| 3.9.1 <i>Il discorso teorico</i> .....                               | 114 |
| 3.9.2 <i>Fusione del discorso interattivo e del discorso teorico</i> |     |
| <i>nel giornalismo economico</i> .....                               | 115 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>3.10 Sequenze e altre forme di pianificazione</b> .....                  | 116 |
| 3.10.1 <i>La sequenza descrittiva</i> .....                                 | 117 |
| 3.10.2 <i>La sequenza spiegativa</i> .....                                  | 118 |
| 3.10.3 <i>Lo statuto dialogico delle sequenze</i> .....                     | 119 |
| 3.10.4 <i>Altre forme di pianificazione</i> .....                           | 121 |
| <b>3.11 Tipi di discorso e pianificazione</b> .....                         | 121 |
| 3.11.1 <i>Il problema della descrizione</i> .....                           | 122 |
| 3.11.2 <i>Lo statuto dei piani di testo</i> .....                           | 122 |
| 3.11.3 <i>Omogeneità ed eterogeneità testuali nel LEF divulgativo</i> ..... | 124 |

## PARTE II<sup>a</sup>

### Capitolo 4

#### DIVULGAZIONE ECONOMICA E STRUTTURA

|  |     |
|--|-----|
| <b>SUPRA-TESTUALE</b> .....  | 126 |
| <b>4.1 Struttura del giornale</b> .....                                | 126 |
| <b>4.2 L'organizzazione plastica dell'informazione divulgata</b> ..... | 127 |
| <b>4.3 Schemi di impaginazione</b> .....                               | 128 |
| <b>4.4 Il lettering</b> .....  | 130 |
| <b>4.5 I titoli</b> .....  | 131 |
| <b>4.6 Le sezioni del giornale</b> .....                               | 136 |
| <b>4.7 Tematizzazione e topicalizzazione</b> .....                     | 139 |
| <b>4.8 La prima pagina</b> .....                                       | 141 |

### Capitolo 5

#### TIPOLOGIA TESTUALE E PIANIFICAZIONE

|  |     |
|--|-----|
| <b>NEL GIORNALISMO ECONOMICO</b> .....           | 144 |
| <b>5.1 Le strutture narrative profonde</b> ..... | 145 |
| <b>5.2 La posizione del narratore</b> .....      | 148 |
| <b>5.3 Tipologie di notizie</b> .....            | 149 |

### Capitolo 6

#### ARCHITETTURA DEL SAPERE NEL DISCORSO

|  |     |
|--|-----|
| <b>DIVULGATIVO DEL LEF</b> .....                 | 160 |
| <b>6.1 Informare come far sapere</b> .....       | 161 |
| <b>6.2 Un commento "oggettivo"</b> .....         | 162 |
| <b>6.3 La referenzializzazione interna</b> ..... | 169 |
| <b>6.4 La programmazione discorsiva</b> .....    | 170 |
| <b>6.5 Informatori e osservatori</b> .....       | 172 |
| <b>6.6 Competenze e universi di sapere</b> ..... | 174 |

## Capitolo 7

### VALENZE FORICHE DEL DISCORSO GIORNALISTICO

|   |     |
|---|-----|
| <b>ECONOMICO</b> .....  | 176 |
| 7.1 <b>La carica patemica del discorso LEF</b> .....                  | 177 |
| 7.2 <b>Euforia versus disforie</b> .....                              | 179 |
| 7.3 <b>Gradi e variazioni del coinvolgimento timico nel LEF</b> ..... | 183 |
| 7.4 <b>Configurazioni modali nel LEF divulgativo</b> .....            | 187 |
| 7.5 <b>Carica passionata del lettore</b> .....                        | 189 |

## Capitolo 8

### LA RESPONSABILITÀ ENUNCIATIVA NEL DISCORSO

|  |     |
|--|-----|
| <b>DI LEF DIVULGATIVO</b> .....  | 192 |
| 8.1 <b>I meccanismi di responsabilità enunciativa</b> .....  | 192 |
| 8.2 <b>Il giornalismo economico come “marca”</b> .....   | 194 |
| 8.3 <b>Enunciato ed enunciazione</b> .....   | 196 |
| 8.4 <b>Enunciatori delegati</b> .....  | 200 |
| 8.5 <b>Della coesione cognitiva del testo giornalistico</b><br>o della costruzione del lettore ..... | 204 |
| 8.6 <b>Contratti di lettura e stili enunciazionali</b> .....   | 210 |
| <b>Conclusioni</b> .....   | 215 |
| <b>Indice analitico</b> .....  | 227 |
| <b>Indice degli autori</b> .....   | 230 |
| <b>Bibliografia</b> .....  | 231 |