

Paola Vignati

TITOLOGIA E MEDIA: IL CASO DELLE ESEQUIE
DI PAPA GIOVANNI PAOLO II

1. Introduzione

La figura del Papa riveste un'importanza inequivocabile non soltanto per i credenti, in quanto somma autorità religiosa, ma anche in virtù dell'ascendente esercitato da tale autorità in numerosi ambiti politici e sociali. La morte di un Papa carismatico come Giovanni Paolo II, pertanto, non poteva non polarizzare l'attenzione dei media di tutto il mondo, generando un evento mediatico di dimensioni planetarie. In tale contesto, i testi giornalistici prodotti in occasione delle esequie del pontefice si configurano come una preziosa occasione per valutare le diverse modalità con cui in paesi diversi è stato trattato questo evento fortemente connotato dal punto di vista religioso, culturale e politico. Particolarmente interessante è il caso della Gran Bretagna, paese in cui, come è noto, sono prevalsi nei secoli forti resistenze culturali nei confronti del cattolicesimo, con importanti implicazioni politiche e sociali (Honsby-Smith: 1999, 29): una distanza che si è ridotta solo in tempi relativamente recenti, soprattutto con la diffusione dei nuovi obiettivi del Concilio Vaticano II (1962-1965) individuabili nella evangelizzazione del mondo e nel cammino verso l'ecumenismo. In seguito al Concilio, infatti, la strada che conduce al dialogo con le diverse religioni, ed in particolar modo con la Chiesa Protestante, cominciò gradualmente a riaprirsi grazie ad una revisione della struttura gerarchica della Chiesa ed una concezione della Chiesa stessa come "povera".

Ad oltre tre secoli di distanza dallo scisma anglicano, nel diciannovesimo secolo la religione cattolica acquistò nuovamente importanza in Gran Bretagna soprattutto in seguito alla migrazione irlandese, che andò ad incrementare la comunità cattolica, già costituita da cattolici aristocratici e da convertiti provenienti dalle università (Bortolon-Bellenzier: 1963, 245). Si trattò, all'inizio, di un fenomeno di minoranza e, per certi aspetti, di ghettizzazione (Hornsby-Smith: 1991, 91); un miglioramento della posizione dei cattolici, anche in termini sociali ed istituzionali, si ebbe solo con il governo di re Edoardo VII,

il primo re inglese dopo gli Stuart a non adottare una politica palesemente anticattolica.

In tempi più recenti, soprattutto nell'ultimo quarantennio, si è assistito ad un avvicinamento di anglicanesimo e cattolicesimo, stimolato dalle trasformazioni storiche, economiche, sociali anche in senso multiculturale verificatesi in questo periodo. Tale avvicinamento ha interessato sia aspetti di esegesi biblica che questioni di carattere più sociale, quale il ruolo dei laici e della Chiesa stessa, portando ad un cambiamento che ha avuto un duplice effetto: da un lato si è stabilito un consenso, un accordo (Mathew: 1951, 328) ed un passaggio verso posizioni più tolleranti e meno rigide da parte della Chiesa Cattolica (Cfr. Hornsby-Smith: 1991, 191); dall'altro, per i cattolici più conservatori e tradizionalisti, il fenomeno di adattamento dei principi cattolici venne inteso come fenomeno di "desacralizzazione" della autorità ecclesiastica. (Hornsby-Smith: 1991, 141)

Nel corso del Novecento la Chiesa Cattolica si trovò spesso in disaccordo con quella anglicana su tematiche di natura morale quali aborto, contraccezione e modalità di prevenzione dell'AIDS. Tuttavia, la capacità carismatica dei Papi del Novecento, e in particolar modo la figura papale che più ha dominato il secolo scorso, Papa Giovanni Paolo II, ha saputo portare la religione cattolica al centro dell'attenzione in molti paesi del mondo, sensibilizzando alla fede soprattutto i giovani. Di tale forza accentratrice non ha beneficiato, al contrario, la Chiesa protestante, che dal canto suo è "perfettamente consapevole" (Lindbeck: 2002, 122) di non essere più unitaria, di non possedere "una forza centripeta istituzionalizzata" (Lindbeck: 2002, 122) che eserciti una autorità; pertanto, una Chiesa Anglicana anti-papale sarebbe destinata al fallimento: "Their disappearance as effective forces may take a long time, but seems inevitable" (Lindbeck: 2002, 143). Benché la Chiesa cattolica sia stata più forte, anch'essa ha assistito ad un parziale declino del suo potere: il pensiero di Papa Wojtyła era dominato dalla figura di Cristo, "mystical Christocentric" (Hornby-Smith: 1999, 144), unito ad un profondo pessimismo verso il progresso umano, tanto che gli attivisti politici di religione cattolica, seppur fedeli, lamentavano che il Papa avesse "dejected the Catholic Church" (Hornby-Smith: 1999, 170). In considerazione del declino generale dei valori religiosi "...il dissenso tra cattolicesimo e protestantesimo (...) sembra destinato ad acuirsi proprio sulle questioni di fondo." (Ricca: 1966b, 121) e conseguentemente "tra dissenso e Concilio si è venuto istituendo un singolare *rapporto dialettico*" (Ricca: 1966a, 34).

In considerazione del quadro culturale, sociale, politico e religioso in cui la religione cattolica e quella protestante si sono scontrate,

confrontate e riavvicinate viene da chiedersi con quali modalità e con quale atteggiamento la stampa inglese protestante abbia trattato il fenomeno mediatico della morte di Papa Giovanni Paolo II.

La morte e le successive esequie di Giovanni Paolo II hanno destato un interesse notevolissimo anche in paesi culturalmente lontani dal cattolicesimo. Le ragioni di questa forte risposta mediatica sono da ricercarsi nella “newsworthiness” dell’evento stesso, come definita da Galtung e Ruge (1973 in Fowler: 1991, 13) nel modello da loro sviluppato. Tale modello identifica una serie di categorie in base alle quali, in ambito giornalistico, viene valutata la *newsworthiness* degli eventi; in questo caso si possono annoverare alla morte di Giovanni Paolo II il riferimento ad un personaggio pubblico (*Reference to elite people*), la negatività dell’evento (*Reference to something negative*), la rilevanza (*Relevance*) e la consonanza (*Consonance*), mentre una ulteriore categoria di fondamentale importanza, la prossimità (*Cultural Proximity*), si applica solo ad alcuni paesi, prima fra tutti l’Italia e, in minor misura, ai diversi paesi europei, servendo peraltro a giustificare la priorità assoluta riservata all’evento dalla stampa italiana.¹ Si tenga presente che, anche se in Gran Bretagna non sono in commercio quotidiani cattolici, non esiste un partito politico cattolico, i programmi televisivi non prevedono una gestione di orientamento cattolico, pur tuttavia i media provvedono alla diffusione dell’informazione cattolica, sia nella stampa che, seppure in modo sporadico, in televisione, con presenza occasionale di personaggi del mondo cattolico in dibattiti o *talk shows* televisivi (Bortolon-Bellenzier: 1963, 269).

Questo saggio intende analizzare i titoli pubblicati dai giornali inglesi in relazione alla morte e al funerale di Papa Giovanni Paolo II al fine di mettere in luce le peculiarità di tali testi sia nella prospettiva della tradizione giornalistica britannica sia in un’ottica più specificamente culturale ed ideologica, in considerazione del controverso atteggiamento complessivo della Gran Bretagna e dei britannici nei confronti del cattolicesimo.

Nel dettaglio si utilizzeranno strumenti di analisi specifici messi a punto nell’ambito della linguistica testuale per la descrizione dei titoli, partendo da una analisi di tipo linguistico e passando successivamente ad una prospettiva discorsiva, retorica e pragmatica che consenta valutazioni di tipo funzionale ed ideologico.

¹ Le categorie relative alla imprevedibilità, *Unexpectedness* e *Unpredictability*, non sembrano appropriate per descrivere l’evento poiché già da diversi mesi la salute del Papa era in declino ed aveva già suscitato l’interesse dei *media*.

2. *Materiali e metodo*

L'indagine prende in esame un gruppo di titoli di giornale tratti da quotidiani e da un settimanale. Oggetto è il linguaggio con il quale i titolisti hanno trattato la morte ed il funerale di Papa Giovanni Paolo II. Utilizzando un approccio *bottom-up*, da un lato si esaminerà il livello sintagmatico della lingua nei titoli, la sequenza delle parole e gli elementi che la compongono, dall'altro si esaminerà il livello paradigmatico, il significato, gli aspetti pragmatici, il reale obiettivo comunicativo implicito di ciascun titolo. In sostanza si esaminerà la relazione esistente tra forma e contenuto della lingua dei titoli, il rapporto con il testo, i messaggi espliciti e impliciti trasmessi.

Gli articoli raccolti sono stati pubblicati in occasione della morte del Papa il 3 aprile 2005, il 4 aprile 2005 e in occasione della celebrazione del Suo funerale l'8 aprile 2005, il 9 aprile 2005, il 10 aprile e l'11 aprile 2005.

I giornali presi a campione sono stati selezionati attingendo da fonti cartacee e *on line*. Il corpus selezionato è costituito da 52 titoli complessivi. Nel corso dell'analisi le fonti verranno indicate con le seguenti sigle: *Daily Mail* Dma, *Daily Mirror* DMi, *Time* T, *The Daily Telegraph* DT, *The Guardian* G, *The Independent* I, *The Observer* O, *The Sun* S, *The Times* TT. Del gruppo di giornali scelti, il settimanale *Time*, in occasione del lutto papale, uscì il giorno 11 aprile 2005 con una edizione commemorativa (*commemorative issue*) della vita di Papa Giovanni Paolo II. L'inclusione della rivista internazionale americana in questo studio prevalentemente britannico è utile per confrontare la copertura data in Inghilterra all'evento con l'interesse internazionale, comunque sempre di matrice anglosassone.

La relazione procederà ora con una descrizione del linguaggio dei titoli. Dapprima si proporrà una breve sintesi della letteratura in materia, in seguito il lavoro si concentrerà sui titoli selezionati. L'analisi dei titoli avverrà in prospettiva formale e in prospettiva funzionale. Nella parte formale si ricorrerà alle categorie ed alle sequenze linguistiche che formano i titoli, nella parte funzionale si ricorrerà alle funzioni della lingua enunciate da Roman Jakobson. L'analisi funzionale trae il suo modello dalla analisi dei titoli letterari e di pubblicazioni scientifiche attuata da Harald Weinrich (Weinrich: 2001).

3. *Il linguaggio dei titoli*

Come è noto i titoli costituiscono il "principale elemento di accompagnamento" di qualsiasi testo scritto (Weinrich: 2001, 49). Con

particolare riferimento al testo giornalistico, Allan Bell (1992: 186) aggiunge: “Headlines appear to be the ultimate in the journalist’s drive for summarising information.” Bell si riferisce alla composizione delle notizie sui giornali e ricorda che la realizzazione del titolo è una fase successiva alla costruzione dell’articolo, dipendente dall’importanza della notizia ma anche dallo spazio che si vuole distribuire sulla pagina giornalistica. Teun Van Dijk (1988: 53, 141) ribadisce che i titoli possiedono una rilevanza saliente nella organizzazione della pagina stampata. Molti esperti della materia sostengono che i titoli hanno il più vasto pubblico di lettori in quanto primo passo verso la lettura dell’articolo che va a seguire. Van Dijk (1988: 36, 43) ricorda che il passaggio delle informazioni dalla lettura del titolo alla lettura dell’articolo avviene in direzione *top-down*. D’altra parte, come sostiene Mårdh (1980: 11), è più probabile che si verifichi la lettura del titolo senza proseguire la lettura dell’articolo anziché l’azione contraria.

Il titolo, dunque, costituisce, ancor prima del testo giornalistico, un testo, o meglio un microtesto (Capello: 1992, 11 in Cortelazzo: 1992, 11), un’unità a sé stante, come chiaramente enuncia Bell (1992, 187): “...the headline is a stand-alone unit. It simply abstracts the story.” Nell’univoca interpretazione del titolo in quanto testo, i linguisti e gli studiosi di titoli letterari hanno incluso la “titologia” nella disciplina della linguistica del testo (Weinrich: 2001, 49) e nella *discourse analysis*, il cui scopo, come sostiene Fairclough (1995: 229) è “to show non-obvious ways in which language is involved in social relations of power and domination”.

L’interesse da parte dei linguisti per le modalità di lavoro nella costituzione del testo giornalistico ha fatto sì che nascesse e si sviluppasse un ricco filone di studi che pone al centro dell’attenzione i titoli. La letteratura sul linguaggio dei titoli dei giornali ha inizio già a partire dagli anni trenta del secolo scorso, come emerge dai riferimenti dettagliati di Ingrid Mårdh (1980: 17-28), la quale, nel volume *Headlines. On the Grammar of English Front Page Headlines* traccia un *excursus* cronologico degli studi germanofoni e nordici sul linguaggio dei titoli a partire dagli anni trenta sino ad arrivare alla fine degli anni settanta del secolo scorso. Questi nuovi studi vedevano i linguisti concordi sull’idea che i titoli fossero un linguaggio complesso di natura varia, costituiti da una parte chiaramente formale, elaborata con le categorie linguistiche usate nella quotidianità, ed una parte più funzionale e pragmatica.

Per un *excursus* sugli studi della lingua dei titoli nell’ultimo ventennio del secolo scorso si rimanda a Weinrich (2001: 50), il quale, riferendosi ad Arnold Rothe, Leo Hoek, Claude Duchet, Gérard Genette, Günther Diez e Michele Cortelazzo, delinea la nascita della *titro-*

logie, in italiano “titologia”, una branca separata della linguistica testuale in cui al centro dell’attenzione vengono posti i titoli, perlopiù letterari.

La configurazione e la polisemia del genere dei titoli sono indubbiamente interessanti per il legame anticipatorio, riassuntivo, semplificativo e paradossalmente complicato che i titoli contraggono con i testi a cui si riferiscono. Spesso il titolo si configura come breve, a volte come più lungo e complesso. Weinrich (2001: 57) dice che da un lato i titoli non devono essere troppo brevi per non limitare la ricezione delle informazioni; dall’altro non devono essere troppo lunghi per il principio di economia e rapidità dell’informazione. Mårdh (1980: 12) ricorda che Straumann conìò l’espressione *block language* per riferirsi a un tipo di linguaggio breve e telegrafico cui appartengono non solo il genere dei titoli, ma anche i telegrammi, le pubblicità, le ricette, i dizionari, i cataloghi, i manifesti. La cosiddetta *block language* sarebbe costituita da unità grammaticali isolate per esempio da una frase dipendente o da un sintagma nominale talora modificato. Spesso un titolo può aprirsi a più interpretazioni e in questo senso esso obbliga il lettore ad uno sforzo interpretativo oppure a cercare nel testo gli elementi necessari per la decodifica. Un’altra caratteristica della *block language* è l’omissione di parole di basso valore informativo come gli articoli e le forme finite del verbo essere. Riguardo al concetto di *brevitas* Giovanni Capello nota come un discorso di importanza elevata venga reso con sobrietà e laconicità attraverso un messaggio breve. Ciò risulterebbe efficace e più “*abruptum*” (Cortelazzo: 1992, 14-15). Maurizio Viezzi (2004: 46) ricorda che la *brevitas* non è caratteristica essenziale dei titoli, soprattutto se si considerano i titoli di testi scientifici o accademici.

Si presume che la natura dominante di un titolo in un articolo di testo giornalistico sia informativa, perciò essendo legata all’obiettivo di colpire l’attenzione del lettore ai fini del consumo, suggerirebbe indicazioni sul registro, il tono dell’articolo che va a seguire e ne indicherebbe il *focus* (Morley: 1998, 26).

La configurazione semiotica del titolo fa conto sulla conoscenza del mondo da parte del lettore (Fairclough: 1995, 44; Van Dijk: 1988, 64). Dal momento che la stampa possiede inevitabilmente un orientamento politico ed una *Readership* ben definita (Tunstall: 1996, 7-17), un’analisi dei titoli presuppone il richiamo ad altri ambiti di conoscenza come la sociologia – che consente di analizzare le caratteristiche e le funzioni della stampa in un determinato contesto nonché la tipologia e la collocazione del giornale – e la semiotica, grazie alla quale si approfondisce il valore comunicativo del discorso giornalistico – nonché ad altri fatti contingenti come la dimensione del titolo e

la posizione occupata nel giornale sulla pagina. Per Van Dijk (1977: 219) si tratta di “KNOWLEDGE and BELIEF”, della conoscenza che uno o più gruppi di persone condividono dei fenomeni sociali e dell’opinione che essi maturano in relazione a tali fatti.

In sostanza “ogni titolo [...] è un prodotto del proprio tempo” (Viezzi: 2004, 47) e del contesto in cui esso si realizza. Si capisce come l’operazione di informazione è anche e soprattutto un’operazione di *marketing* “che si realizza con un largo dispiego di mezzi linguistici, retorici e iconici, allo scopo di informare il lettore avendone in precedenza catturata l’attenzione” (De Benedetti: 2004, 10).

3.1 Aspetti grafici e visivi

Per quanto riguarda gli aspetti iconico-visivi degli articoli e dei titoli, all’indomani della morte del Papa i giornali inglesi sembrano concordi nel rappresentare l’evento attraverso i fatti eccezionali che hanno contraddistinto il momento: la folla, gli ampi spazi adibiti per l’occasione e la mobilitazione di una intera città. Una tale affluenza di persone era peraltro già familiare alla popolazione britannica che ospitò lo stesso Papa nel 1982, in occasione della Sua prima visita nel paese anglosassone e per cui Hornsby-Smith (1991) condusse un’indagine sulle ragioni dell’affluenza. Esse sembrano coincidere con quanto avvenuto ventitré anni dopo: l’atto di vedere il Papa era motivato da un senso di lealtà e identità, dall’unicità dell’evento e dall’impossibilità per molti di recarsi in Vaticano; per i polacchi ciò rappresentava un senso di appartenenza e nazionalismo, per alcuni si trattava soltanto di vivere l’atmosfera, per altri di una ragione secolare, per un senso di partecipazione, a volte indotto da un familiare, per rispetto verso il Papa, per l’unità cristiana, per un rafforzamento della fede personale e da ultimo per una speranza di pace, soprattutto in un momento storico di gravi problematiche relative alle isole Falkland. Ma i dati raccolti da Hornsby-Smith non sorprendono perché il campione di soggetti intervistati erano di religione cattolica e quindi sostenitori del nuovo Papa. La curiosità dei dissidenti non fu soddisfatta neanche in quella situazione. Oggi si può sostenere che lo spazio dedicato dalla stampa inglese alla morte del Papa ed al Suo funerale sono parzialmente diversi, anche se ciò è dovuto soprattutto al principio di informatività piuttosto che ad affetto dichiarato per il Papa.

In seguito alla morte, la salma del Papa fu esposta al pubblico, decisione che portò alla affluenza di milioni di persone. Il *Times* del 4 aprile pone in prima pagina il volto della salma di Papa Giovanni

Paolo II con la dicitura cubitale *The Pope at peace*. Dei giornali presi in esame soltanto il *Times* riserva le prime pagine all'evento con articoli, titoli cubitali e immagini. Tale operazione determina una precisa scelta del *Times* di far leva sulla sensibilità del pubblico lettore. Si tratterebbe di una scelta molto simile a quella adottata dai quotidiani italiani, i quali, sin dai giorni in cui la morte del Pontefice sembrava ormai imminente, hanno riservato gli spazi informativi interamente all'evento ponendo in secondo piano i fatti di cronaca e di politica interna e politica estera. Ciò risulta evidentemente comprensibile per gli italiani, popolo notoriamente molto vicino alla figura del Papa, e per l'Italia stessa in quanto sede del Vaticano; diversamente risulta meno comprensibile per il quotidiano *The Times*, che tendenzialmente segue i principi conservatori della Chiesa protestante Anglicana. Similmente il quotidiano opera in occasione della cerimonia funebre con la pubblicazione del 9 aprile: le immagini sembrano voler immortalare il lutto, i gesti di preghiera, l'ecumenismo sentito in tutto il mondo.

Anche il *Guardian* sceglie di mostrare *in primis* la salma di Giovanni Paolo II esposta al pubblico e di posizionare nella parte appena sottostante l'articolo intitolato *A last message of love and hope*. Nel complesso però il giornale concentra la sua attenzione su quella che sarà la nuova nomina: è curioso come i titoli *Battle begins for soul of church* in prima pagina e *Struggle for the future of the church* siano scritti a caratteri molto evidenti e soprattutto prima degli articoli *Leader, reformer and 'the greatest Pole of all time'* e *Around the world Sympathy and respect find voice in many tongues* che invece evocano l'importanza della figura del Pontefice. Il quotidiano *The Guardian* ha operato ponendo al centro delle informazioni la riflessione sulla nomina del nuovo Papa, processo che il titolista paragona ad una "battaglia", ad una "lotta". Questo evento sembra aver maggior rilievo rispetto alle informazioni che proclamano il Papa come personaggio carismatico. Il principio informativo del quotidiano *The Guardian*, che, si ricorda, è impostato secondo una ideologia politica di sinistra, sembra voler dapprima attirare il lettore concentrandosi sull'evento della morte e in seguito volerlo invitare a riflettere sull'ipotetico successore del Pontefice; tale ricerca assume la connotazione di una ardua impresa, come riferiscono i due termini *battle* e *struggle*. In relazione alle esequie il *Guardian* del 9 aprile pone in prima pagina la fotografia della bara del Papa con il Vangelo posato sopra e sfogliato dal vento. Nella parte superiore si trova a caratteri cubitali il titolo *The Final Farewell* e successivamente vi sono alcune immagini salienti dell'evento: una rappresenta i cardinali nelle loro vesti mosse dal vento, una rappresenta una panoramica di piazza San

Pietro per evidenziare l'immensa folla di fedeli partecipi, una immagine più piccola vede la bara calata nella cripta e un'altra ritrae gli occhi di una persona che piange.

Il *Daily Telegraph* propone una colorata immagine del funerale di Giovanni Paolo II in cui i colori porpora e rosso delle vesti dei cardinali si oppongono agli eleganti abiti neri dei capi di governo e dei personaggi illustri. La pagina 11 apre la sezione dedicata all'evento con il titolo *Funeral Mass of John Paul II* con l'immagine a dimensione dell'intera pagina dei dodici uomini che hanno portato sulle loro spalle la bara. Sia il titolo di apertura della sezione riguardante Giovanni Paolo II sia le immagini selezionate mostrano come il *Daily Telegraph* abbia scelto di rappresentare l'evento in modo vario ma soprattutto senza alcun commento ironico. Diversamente opera il quotidiano *Independent* del 9 aprile. Il giornale pone in prima pagina una fotografia del principe Carlo che stringe la mano al presidente dello Zimbabwe Mugabe. Soltanto all'interno del quotidiano si riservano quattro pagine dedicate a Giovanni Paolo II di cui due impostate con una sola grande immagine della piazza San Pietro e due occupate dall'articolo che ha come titolo *Sea of mourners bid farewell with tears and cheers*. Il titolo è accompagnato da una immagine che mette in ridicolo le vesti dei cardinali in quanto scomposte dal vento e da altre due piccole istantanee che riproducono due momenti della Santa Messa non particolarmente significativi (una visione dall'alto della bara e tre fedeli che fanno il segno della croce). Una immagine che sottolinea in modo chiaro la difficoltà dei cardinali a difendersi dal vento è stata pubblicata anche sull'*Observer*. Anche in questo caso come nel *Guardian* del 4 aprile, il *focus* del titolista è sul nuovo Papa: *Now the search begins*. L'*Independent* sceglie così di dare maggiore risalto all'aspetto politico dell'evento e sembra poi mostrare rispetto verso il lutto cittadino riportando le immagini delle persone che piangono il Papa e derisione perché ritrae i religiosi in momenti "poco seri" che non si confanno al loro ruolo. La scelta di una immagine derisoria nei confronti dei cardinali sembrerebbe agli occhi del lettore motivata da due ragioni sostanziali: la prima dipenderebbe da un atteggiamento anti-papale ed anti-ecclesiale; la seconda dipenderebbe da un diverso modo di percepire i riti cattolici e da un evidente straniamento da parte degli inglesi verso la ritualità della liturgia cattolica.

Nella sua edizione speciale, il settimanale americano *Time* è completamente dedicato alla figura di Papa Giovanni Paolo II, alla Sua vita, ai Suoi viaggi, al Suo carisma.

La posizione degli articoli, dei titoli e delle immagini nei giornali gioca un ruolo essenziale per comprendere l'importanza che si riser-

va all'evento narrato o descritto. In questo sembra che in percentuale maggiore incida la partecipazione dei fedeli al lutto papale, ciò si spiega ancora una volta non soltanto per la figura carismatica e longeva che Papa Giovanni Paolo II ha rappresentato ma anche perché la Chiesa oggi continua la sua missione grazie al coinvolgimento dei laici: "This radical relativization is consistent with giving primary authority to the Church as a community of shared experience and interpretation" (Lindbeck: 2002, 136).

4. I titoli sulla morte del Pontefice: tipologie

Ad opinione di Mårdh (1980: 182-183) i fattori principali che influenzano la struttura del titolo sono i seguenti e sono stati in parte riscontrati sino ad ora anche nella presente discussione: gli aspetti iconografici, la funzione del titolo a seconda che sia puramente riassuntivo o che sia connotativo, la somiglianza con il discorso diretto o la struttura del discorso diretto, il legame esistente con il contesto, il valore comunicativo degli articoli, il tipo di nome, proprio o comune. I titoli dei giornali in oggetto verranno ora raggruppati in base alla loro strutturazione lessico-grammaticale e per ciascuna delle due principali strutturazioni verranno forniti il numero totale dei titoli appartenenti al gruppo e due esempi:

1. gruppi nominali² (n. 19)
The Pope at peace TT
The defender of the faiths I
2. frasi complete (n. 33)
Battle begins for soul of church G
United by grief, they put aside their differences to celebrate the life and works of a man who had touched their lives DT

Per una descrizione formale dei titoli sono state prese a modello le categorie di analisi elencate da Andreas Jucker (1992), *premodification, postmodification (relative clauses, oppositive clauses, nonfi-*

² Mårdh (1980: 58) distingue i gruppi nominali in *unmodified nominal headlines, premodified nominal headlines, postmodified nominal headlines, nominal headlines with both pre- and post-modification, coordinated and appositional nominal headlines*. Folena, in riferimento ai titoli letterari, dice che un titolo costituito da un gruppo nominale può essere di tipo tematico, descrittivo e statico oppure rematico, informativo e predicativo. In Cortelazzo (1992: 2).

nite clauses, prepositional phrases, postposed adjectives, appositions, multiple modifications).

4.1 Stilemi ricorrenti

La lettura delle testate giornalistiche sul decesso di Papa Giovanni Paolo II e sulle Sue esequie ha permesso di rilevare una ricorrenza di schemi nella creazione dei titoli in base ai significati da codificare e al valore comunicativo. Per descrivere gli stilemi ricorrenti si utilizza un approccio *bottom-up*, ovvero dalla forma si arriva a delineare il contenuto e la funzione.

4.1.1 Stilemi ricorrenti: lessico

In relazione ai gruppi di titoli strutturati in sequenze nominali è ovvio che vi sia l'omissione di verbi³ che scandiscono l'azione, ad esempio *Chants and songs for John Paul the Great*, TT, dove si sottende la presenza di un verbo passivo come *are sung* o *were sung*; *Struggle for the future of the church* G dove si presume la presenza di un verbo attivo come *has begun*; *Disgraced US archbishop to conduct mourning mass* in cui peraltro si riscontra quella che Viezzi (2004: 45) – richiamandosi a Bosredon e Tamba (1995) – definisce una estensione della “accettabilità di forme” che in altre situazioni linguistiche sarebbero considerate agrammaticali.⁴

Nei casi in cui non sia presente la marca verbale, è l'elemento lessicale a rivestire il ruolo preminente e d'altra parte ciascun titolo deve contenere la parola chiave per avvicinare gradualmente il lettore al testo. Ad eccezione delle preposizioni, degli articoli determinativi e indeterminativi⁵, delle congiunzioni, degli aggettivi possessivi, dei pronomi relativi e degli elementi grammaticali coesivi che più ricor-

³ Cfr. Mårdh (1980: 49-57). Mårdh distingue sei tipologie strutturali dei titoli verbali: 1) con il verbo finito, 2) soggetto e participio passato con omissione dell'ausiliare, 3) participio passato senza soggetto, 4) soggetto e complemento, 5) soggetto e avverbio locativo con o senza omissione della copula, 6) due frasi principali legate da una congiunzione o da una virgola.

⁴ Secondo Bosredon e Tamba (1995), inoltre, i titoli sarebbero “indeformabili”, in quanto escludono ogni possibilità di modifica o riformulazione quando inseriti nel discorso (Cfr. Viezzi: 2004, 45).

⁵ L'articolo come qualsiasi altro elemento che non apporta significato dovrebbe essere escluso dal titolo Bell (1992: 131-132). Cfr. Morley (1998: 96).

rono in qualsiasi testo, emerge una frequenza di lemmi che in percentuale si riferiscono al protagonista della vicenda: il nome proprio “John Paul II” ricorre dieci volte, “pope” ricorre otto volte, ma c’è reticenza ad utilizzare i termini “pointiff” e “papacy”. Altre parole-chiave sono: “Pole” che ricorre tre volte, “mourn/mourner(s)” (sette), “great/greatest” (cinque), “farewell” (sei), “sainthood” (quattro), “faith” (tre), “struggle” (due), “defender” (due), “pilgrim” (due). In merito al lessico utilizzato nei titoli di giornali, Morley (1998: 27) lo definirebbe, per il raro utilizzo, per la sensazionalità degli eventi che lo accompagnano e per brevità, *unusual, sensational e short*. In termini di valore comunicativo si evince che i titoli alludono perlopiù alla grandezza del Papa ed alla fede unitamente sentita in tutto il mondo. In misura minore si allude al processo del Conclave assimilandolo ad una dura battaglia.

I titoli evidenziano, come in un qualsiasi testo, l’uso di riferimenti anaforici e cataforici per la coesione e coerenza del testo⁶: *Millions mourn **man who** changed papacy for ever TT; A **nation** grieves for its hero TT; Why **this one-man superpower** can never be equalled DM; He never wavered in the struggle for **what** was right DT*.

Poiché non soltanto si sottolineano qui le caratteristiche propriamente linguistiche, ma viene compilata anche una analisi dei titoli in virtù dei loro principi informativi (*who/what/where/when/how/why*) (De Benedetti: 2004, 44), il *focus* mette in luce principalmente sei temi ricorrenti relativi al Papa, al Suo Pontificato ed all’ecumenismo. Fra i titoli che contemplano tematiche meno ricorrenti il *focus* sembra cambiare direzione informativa: *Struggle for the future of the church G, Now the search begins O, Close encounters of a diplomatic kind G, Disgraced US archbishop to conduct mourning mass G, Rome prepares to house 2 million mourners TT, Battle begins for soul of church G, Rome City braces for 2 million mourners G, Queen leads tribute S, The silent monks break TV ban to watch the funeral TT*. Nei titoli summenzionati il *focus*, la nuova prospettiva del principio informativo, o, secondo il lessico di Halliday (1985: 87), l’elemento *new*, si riferisce a fatti diversi dalla morte e dal funerale del Papa ma che per ragioni diverse è loro legato. Si allude, infatti, al successore del Papa, ad un cardinale americano che è stato screditato, si fa cenno alla regina che rende omaggio al Papa, ai monaci eremiti che seguono

⁶ A proposito dell’uso della cataforia nei titoli, De Benedetti (2004: 47-48) osserva: “La catafora rappresenta allora una risorsa stilistica perfettamente funzionale al titolo, sia perchè consente di alleggerirlo da un eccesso di informazioni, sia perchè innesca un meccanismo di reticenza quasi sadico, che costringe a leggere interamente l’articolo...”.

no il funerale in TV e infine si fa riferimento alla città di Roma che si prepara ad ospitare milioni di fedeli provenienti da tutto il mondo. Van Dijk (1977: 226) dice: “The specific focus function of such facts would consist in their role in a specific network of relations. Certain other facts would be viewed in relation to the fact under focus, viz as conditions, consequences or components.”

Alcuni titoli riportano le parole enunciate dalle persone comuni presenti nella piazza San Pietro o nell’omelia del Cardinale Ratzinger. Si veda per esempio il titolo tratto dal *Daily Telegraph: Make him a saint, the people cry, as, watched by the world, Pope John Paul II is laid to rest*. Secondo la classificazione proposta da Bastiansen (1995), in questi casi la citazione prende la forma di “riferimento letterale aperto” essendo inserita in una frase più ampia (Viezzi: 2004, 61).

4.1.2 *Stilemi ricorrenti: verbi*

In relazione al gruppo di titoli strutturati in frasi complete si vede come siano utilizzati i verbi con il tempo presente, passato, con diatesi sia attiva che passiva, e con il tempo futuro reso con *will*.

Per quanto riguarda l’uso del tempo presente semplice, secondo Morley (1998: 84) si tratta del tempo verbale più utilizzato nei titoli di giornali allo scopo di rendere più viva la testata: *Millions mourn man who changed papacy for ever* TT; *Sea of mourners bid farewell with tears and cheers* I. I giornali della stampa inglese utilizzano anche le forme passate: *The Man in white who changed the world* G; *Like a solemn football crowd, his flock came to say farewell* TT. Quando utilizzato, il tempo verbale passato ha presumibilmente lo scopo di distanziare dall’accaduto (Morley: 1998, 85).

Quando si utilizza il verbo presente o passato, l’evento viene interpretato rispettivamente come reale, come azione che si sta ancora svolgendo, o come distante nel tempo (Mårdh: 1980, 170).

Per quanto riguarda l’uso del futuro, l’idea viene resa con il presente semplice e con *will*: *Now the search begins O, Commentary: the cult of John Paul II will ensure his sainthood* TT. I due titoli rendono in modo diverso due azioni future, la prima con la presenza dell’avverbio *now* si riferisce alla ricerca del nuovo Papa che comincia, come si apprende, immediatamente. Si deve sottolineare, tuttavia, che al momento della pubblicazione dell’articolo con questo titolo, il Conclave non è ancora cominciato e per questo motivo si tratta di un’azione futura resa però con l’immediatezza del presente, quasi a voler sottolineare che il compito degli vertici ecclesiastici si avvicina. Il secondo titolo evidenzia invece l’idea futura per cui il culto del Pa-

pa assicurerà la Sua Santità. È noto come il processo di santificazione si realizzi in tempi lunghi e debba prima superare alcune fasi come la beatificazione; pertanto si deduce che l'articolo allude alle conseguenze future che il ruolo di Giovanni Paolo II e il Suo culto porteranno alla Chiesa ed ai fedeli.

In merito alla scelta di verbi più o meno ricorrenti nei titoli si nota una percentuale maggiore di *begin*, *bury*, *change*, *mourn*, *bid* e *celebrate*. Questi riuniscono i principi informativi più salienti delle vicende relative al Papa: l'inizio della ricerca per il Suo successore, la Sua bara sepolta, il cambiamento che ha portato nel mondo e contemporaneamente il cambiamento che la Sua morte scatena, il lutto dei fedeli che lo salutano per l'ultima volta e la celebrazione del lutto ecumenico.

5. Le funzioni dei titoli

Si è visto, sino a questo punto dell'indagine, che il linguaggio dei titoli fa uso delle categorie grammaticali ricorrenti anche nella *common core*⁷ e in taluni casi, con qualche dubbio per la agrammaticalità nella composizione del messaggio, il titolo sembrerebbe sempre giustificato da una scelta cognitiva e da una operazione di *marketing* difficilmente discutibili.

A integrazione di questa prospettiva, si intende ora esemplificare i titoli in base alla funzione del messaggio in essi contenuto. Per individuare le funzioni è stata considerata la teoria di Jakobson (1963) attraverso il modello di studio dei titoli letterari e scientifici di Weinrich (2001). Nel suo saggio "I titoli e i testi", Weinrich si propone di seguire una procedura metodologica sullo studio del titolo come testo che, a suo avviso, non è mai stata portata avanti nè dalla linguistica della frase, nè dalla linguistica testuale, nè dai generativisti. Weinrich non compie una analisi formale dei titoli ma ne mette in luce il valore funzionale. Richiamando Genette (1989), Weinrich parte dall'assunto che il titolo sia una paratesto, un elemento accessorio che accompagna il testo, nel caso in esame l'articolo di giornale. In seguito emerge chiaramente il modello comunicativo di Jakobson, che dà ragione del modo in cui i titoli possano esplicitare chiaramente la loro funzione comunicativa e possedere forza espressiva che richiede il coinvolgimento del lettore. Il titolo rappresenta un messaggio, il titolista è il mittente, il lettore è il destinatario, titolista e lettore

⁷ "...the grammar that is common to all varieties of English..." in Mårdh (1980: 13).

condividono il contesto, il messaggio viene espresso tramite il codice lingua, attraverso il canale del giornale o il sussidio tecnologico di internet. Ciascun titolo ha una funzione comunicativa ben precisa: referenziale o monologica quando il titolo sintetizza il contenuto dell'articolo e vi si riporta il fatto in modo narrativo o descrittivo; dialogico quando si ha la sensazione che parlino più persone e vengono ad esempio riportate le parole tra virgolette; si dice invece di un titolo che sia "urlato" quando la stessa pubblicazione a caratteri cubitali rimanda all'impatto visivo ed emotivo che di conseguenza crea nel lettore (De Benedetti: 2004, 48-66)⁸. Infine i titoli non informativi sono quelli che non anticipano chiaramente ciò che si andrà a leggere e costringono alla lettura dell'articolo per una reale comprensione.

Weinrich analizza una serie di titoli di romanzi e di saggi scientifici e nota che i titoli dei romanzi si sono abbreviati nel corso del tempo, mostrando una tendenza alla ellissi, uno degli stilemi ricorrenti che si sono attribuiti anche ai titoli relativi alla morte del Papa. I titoli dei saggi scientifici sono diventati al contrario sempre più lunghi per esigenze di specificità e precisione. Per cogliere il valore comunicativo dei titoli, inizialmente Weinrich utilizza il modello comunicativo di Karl Bühler per le funzioni espressiva, conativa e rappresentativa enunciate nel volume *Sprachtheorie* (1934). Successivamente Weinrich espande la discussione ricorrendo alle funzioni della lingua enunciate da Jakobson (1963), la funzione poetica, la funzione fatica e la funzione metalinguistica. Tali funzioni verranno qui di seguito impiegate per sottolineare il valore comunicativo dei titoli in questione, nello specifico si attribuirà ai titoli, a seconda delle caratteristiche, la funzione referenziale (comunicativa o rappresentativa), la funzione poetica, la funzione espressiva, la funzione metalinguistica, la funzione intertestuale e la funzione identificativa ideata dallo stesso Weinrich.

5.1 Funzione referenziale/comunicativa

La funzione referenziale del titolo mette in evidenza il tema che si andrà a leggere nell'articolo, come per esempio: *Rome prepares to house 2 million mourners* TT, *Pope John Paul dies* S, *Queen leads tribute* S. Spesso la letteratura chiama i titoli referenziali "titoli oggetti-

⁸ Quando lo studioso parla di titoli urlati fa riferimento alle tematiche sportive e politiche in cui appunto si "urlano" le notizie. Le caratteristiche fisiche dei titoli urlati permettono di attribuire tale tipologia anche ai titoli oggetto di indagine.

vi”⁹, in cui ciò che si dice è per l'appunto oggettivo e non vi sono elementi che suggeriscono la presenza del giornalista. Fra i vari esempi, il titolo che rispecchia maggiormente questa tipologia sembrerebbe essere: *John Paul II's funeral: on the spot in Rome* TT. Esso offre una descrizione diretta degli eventi che stanno accadendo: non a caso viene utilizzata l'espressione “on the spot” ovvero “you are at the actual place where something is happening; if you do something on the spot, you do it immediately” (Collins Cobuild English Dictionary).

5.2 Funzione poetica

I titoli che possiedono una funzione poetica fanno uso di un espediente poetico per proiettare l'asse paradigmatico della lingua su quello sintagmatico e viceversa (Jakobson: 1963). Gli espedienti poetici utilizzati sono l'allitterazione, le metafore, le similitudini, gli ossimori, le ripetizioni.

L'allitterazione che scaturisce dai titoli crea un effetto musicale e ritmico: /p/: *The Pilgrim Pope* S; *Pole of Poles* G; /f/: *The defenders of the faiths* I; *The final Farewell* G; /m/: *Millions mourn man who changed papacy for ever* TT; *Millions mourn Pope at history's largest funeral* I; /k/: *Close encounters of a diplomatic kind* G; /s/: *Around the world Sympathy and respect find voice in many tongues* G; /b/: *Battle begins for soul of church* G.

La metafora¹⁰ è evidente in almeno quattro titoli. In essi la figura retorica si riferisce alla “battaglia”, alla “lotta”, alla “rivoluzione”, che a parere di De Benedetti si trovano perlopiù in argomenti di tipo politico, di cronaca e spesso nello sport. In questo caso si vede la parola *struggle* utilizzata per alludere al futuro della chiesa e alla nomina del nuovo Pontefice (G), e in DT per alludere alla forza con cui Giovanni Paolo II lottava “in nome di ciò che era giusto”. La parola *revolution* (T) si riferisce al pontificato ed alle novità che il Papa avrebbe portato con il suo ruolo. *Battle* (G) è nuovamente utilizzato per riferire del futuro della chiesa cattolica. Si tratta di differenti scelte di stile che permettono al titolo di raggiungere lo scopo attraverso esage-

⁹ Sulla distinzione in titoli oggettivi e soggettivi si veda Leo Hoek (1973: 31). Si consideri inoltre che lo studioso si riferisce a titoli della letteratura romanza e non della stampa. Sembra, tuttavia, corretto riportare il suo pensiero per le analogie che presentano gli aspetti letterari e l'evento sensazionale della morte del Pontefice.

¹⁰ Per gli aspetti retorici del linguaggio dei titoli si veda anche Polese (2004: 34-36).

razioni/iperboli e/o *understatements* (Van Dijk: 1988, 82 e 118): *Struggle for the future of the church* G; *The Pope's true Revolution* T; *Battle begins for soul of church* G. La forza espressiva dei termini relativi alla "lotta" viene tuttavia mitigata dai termini appartenenti alla sfera religiosa, quali *church*, *soul of church*, *Pope* e *right*.

Una metafora ricorrente è quella del mare per riferirsi alla moltitudine di gente che rende omaggio al Papa nel giorno del Suo funerale (I). Lo stesso significato viene reso con il termine più diretto *crowd* in G. La metafora del mare viene utilizzata anche per riferirsi alla moltitudine di gente polacca che piange il connazionale: *Sea of mourners bid farewell with tears and cheers* I; *A nation grieves for its hero* TT. Nel secondo esempio il Papa viene tanto osannato da essere paragonato ad un eroe della storia di una nazione. Il titolo *Like a solemn football crowd, his flock came to say farewell* TT mette in rilievo il seguito di fedeli come se fossero un gregge. Essi accorrono al capezzale del loro "pastore" per donarGli l'ultimo saluto.

Fra i titoli che assumono una funzione poetica si nota anche l'uso della metonimia, come nel titolo *The Man in white who changed the world* O. In questo caso il Papa viene citato come uomo vestito della sua celebre veste bianca che può essere spiegata sia come metonimia, una parte per il tutto, una caratteristica del protagonista, sia come espressione che rimanda ad altri testi. È per tale ragione che lo stesso titolo assume anche una funzione intertestuale di cui si discuterà in seguito.

Infine il titolo *He showed the young how to upend the Republic of Boredom* DT utilizza l'espressione politica "la repubblica" legandola alla "noia" in qualità di immagine allusiva per rappresentare la gioventù, spesso oggi priva di valori e obiettivi.

Oltre al paragone con un "gregge" di fedeli nel titolo *Like a solemn football crowd, his flock came to say farewell* TT, si noti qui la similitudine con una folla di tifosi di calcio, area semantica che come ricorda De Benedetti (2004: 101) piace molto al pubblico di lettori. Il tono quasi basso con cui si paragona il vasto pubblico di fedeli ad una folla di tifosi di calcio ritorna alto e sacro con l'aggettivo *solemn*.

Il titolo *Sea of mourners bid farewell with tears and cheers* I mostra la presenza di un ossimoro: la antinomia viene creata dai due termini allitteranti e rimati *tears and cheers*. Si tratta di due parole di significato completamente diverso, le lacrime e le grida di gioia, di saluto che si uniscono in un contesto che dovrebbe effettivamente essere triste ma risulta anche gioioso perchè il Pontefice avrebbe portato serenità ai suoi fedeli, ed è in questo modo che tale serenità sopravvive anche nei giorni di lutto. Una parafrasi del titolo suddetto potrebbe essere il titolo *Chants and songs for John Paul the Great*, TT

che invece evidenzia parole trasparenti e comprensibili, afferenti ad un vocabolario più gioioso e positivo ma che da ultimo hanno la stessa funzione di *tears and cheers*. L'uso dei termini *chants/songs* infonde allegria e calore nel lettore.¹¹ Un ultimo esempio di ossimoro è rappresentato dal titolo *Christianity in a Godless age* DT, dove i termini opposti sono chiaramente *Christianity* e *Godless*. Alla fede cristiana si oppone un momento di crisi della fede, “senza Dio”.

5.3 Funzione espressiva

La funzione espressiva dei titoli fa appello alla sensibilità del lettore creando nella comunicazione del messaggio una particolare corrente emotiva. Ciò si può vedere nei titoli che sono costruiti, fra i vari elementi, anche con superlativi, con parole tratte dalla *poetic diction*, con le maiuscole.

Come si legge in *Leader, reformer and 'The greatest Pole of all time'* G, nella seconda parte del titolo introdotta dalla congiunzione *and* il superlativo farebbe parte di una *pseudo – quotation* forse ripresa dalle parole di qualche fedele polacco nazionalista. (Morley: 1998, 75). Un secondo esempio di uso del superlativo compare in *Millions mourn Pope at history's largest funeral* I: il nucleo centrale dell'informazione si riferisce nuovamente alla sensazionalità dell'evento creata dal superlativo assoluto e dal riferimento all'intera storia.

L'uso di *poetic diction* si vede nella occorrenza del termine *farewell*: *The final Farewell* G, *Sea of mourners bid farewell with tears and cheers* I, *Paul the Great: two billions farewells* DMi. “Farewell means goodbye; an old-fashioned or literary word” (Collins Cobuild English Dictionary). Con la scelta di un termine letterario il titolista vuole creare un impatto emotivo con il lettore che comprende immediatamente il vero significato di “questo ultimo addio”.

La funzione espressiva è resa anche con l'uso delle maiuscole. Se si escludono le definizioni riferite specificamente al Papa, al nome proprio ed alla Sua grandezza (resa con l'aggettivo *Great*) sono evidenti altri usi delle maiuscole. Essi si riferiscono alla sfera religiosa, *New saint in Heaven* S, *The Pilgrim Pope* S; alla empatia delle persone verso il Pontefice, *Around the world Sympathy and respect find voice in many tongues* G, al ruolo di Giovanni Paolo II nella Sua di-

¹¹ Cfr. “Calore dei titoli” di Brunetta in Cortelazzo (1992: 285-291). Brunetta parla di “energia emotiva” facendo riferimento ai titoli letterari, ma sembra consono parlare di energia emotiva anche in ambito giornalistico.

fesa della fede, *Defender of the Faith* T (che sulla pagina giornalistica è scritto in stampatello a caratteri cubitali), *The Pope's True Revolution* T, e termini riferiti alla città di Roma, *Rome City braces 2 million mourners* G.

Come si è visto, in questi esempi la funzione espressiva viene resa attraverso l'uso di superlativi, *poetic diction* e le maiuscole laddove non sarebbero probabilmente necessarie. La funzione espressiva può anche essere resa con l'uso di termini scelti appositamente per mettere in rilievo la personalità illustre, protagonista dell'evento e tutti gli elementi che ruotano intorno a lui. In riferimento alla funzione espressiva del linguaggio contenuto nel titolo e alla corrente emozionale che genera, lo studioso olandese Hoek, analizzando i titoli della letteratura francese nel suo saggio *Pour une sémiotique du titre* (1973), esamina gli elementi presenti nei titoli che li rendono specificamente soggettivi, titoli che suscitano emozioni e sono per ragioni precise suggestivi. Hoek parla della presenza, in questa tipologia di titoli, di elementi umani, temporali e spaziali che hanno la funzione di scuotere la commozione nel lettore. Fra gli elementi umani Hoek distingue due gruppi (singolare e plurale) e dice che gli indicatori di singolare si riferiscono alla condizione sociale del personaggio principale, a una sua qualità, a una situazione in cui questi si trova, quelli plurali si riferiscono al contesto. Si tratta di indicatori che rendono "interessante" il personaggio di cui si sta parlando. (Hoek: 1973, 33).

Gli indicatori plurali si riferiscono ai canti ed al clima festoso per una persona che è ricordata in modo allegro: *Chants and songs for John Paul the Great*, TT e meno allegro: *Sea of mourners bid farewell with tears and cheers* I. Gli indicatori plurali si riferiscono anche ai connazionali del Papa, *Pole of Poles* G, ai milioni di persone venute a Roma per rendergli omaggio, *John Paul the Great: two billions farewells* DM, alle diverse professioni di fede: *The defender of the faiths* I, *United by Grief, they put aside their differences to celebrate the life and works of a man who had touched their lives* DT, agli incontri diplomatici avvenuti in occasione del funerale: *Close encounters of a diplomatic kind* G, ai monaci che hanno sospeso per un giorno il divieto di guardare la TV per seguire il funerale del Pontefice, *The silent monks break TV ban to watch the funeral* TT. Infine si noti il plurale *people* e in forma singolare *world* per indicare l'importanza del ruolo di Giovanni Paolo II nel mondo e per l'umanità: *He was the people's Pope* S, *Around the world Sympathy and respect find voice in many tongues* G.

Fra gli elementi temporali: *Millions mourn man who changed papacy for ever* TT, l'elemento indeterminato *for ever* allude non solo ai cambiamenti religiosi e sociali che Giovanni Paolo II avrebbe ap-

portato in vita ma anche al significato che essi avranno sul futuro della Chiesa. Fra gli operatori determinati: *Christianity in a Godless age*, con riferimento alla storia di un'era (Hoek: 1973, 35). Fra gli operatori spaziali si notino *John Paul II's funeral: on the spot in Rome* TT dove si esprime chiaramente il luogo in cui avviene il funerale, *New Saint in Heaven* S dove si esprime lo stato in cui ora la santa figura del Papa si trova, *From Bethlehem to Beijing, the faithful unite in praise* TT per esprimere lo straordinario numero di persone appartenenti a etnie diverse che piangono la morte del Papa, *Laid to rest near a Borgia pope's tomb and a queen of Sweden* DT, per sottolineare l'importanza del luogo tombale, o semplicemente per indicare il luogo di riposo *Pope John Paul II buried in Vatican crypt* DM; *He never wavered in the struggle for what was right* DT per sottolineare le difficili situazioni in cui il Papa si è spesso trovato a lottare.

Secondo Hoek (1973: 36) inoltre, nei titoli soggettivi sono presenti elementi concreti, oggetti che fanno parte del mondo del personaggio. In riferimento al defunto Papa si considerino: *The Man in white who changed the world* O in riferimento alla veste bianca¹². Si notano anche oggetti riferiti alla sepoltura *Amid all the majesty, a simple wooden coffin steals the show* ed al nazionalismo dei polacchi, *In a sea of red and white flags, Poles weep for their countryman*. Fra gli elementi più interessanti, prosegue Hoek, sono gli avvenimenti che traducono un'azione o uno stato d'animo. Fra i primi si considerino: *A Pilgrim's journey* T, *Millions mourn Pope at history's largest funeral*¹³. Fra i secondi *The Pope at peace* TT, *From Bethlehem to Beijing, the faithful unite in praise* TT.

Per riassumere quanto appena discusso si veda lo schema seguente che fa riferimento al modello di analisi di Hoek. In questo caso la tabella non riporta tutti gli elementi rintracciati dal linguista, in quanto non rilevanti per l'analisi dei titoli riferiti a Papa Giovanni Paolo II; si riportano, al contrario, tutti gli elementi che sono rintracciabili nei titoli dei giornali inglesi e che contribuiscono al valore comunicativo del titolo:

¹² Fra gli oggetti Hoek (1973: 36) cita proprio gli abiti. Sembra opportuno sottolineare però che in questo caso l'oggetto riferito all'abbigliamento è indotto nell'espressione *The man in white*.

¹³ Hoek (1973) parla anche di avvenimenti dinamici che distingue in positivi, negativi, riferiti alla sfera dell'amore, della religione/dell'ateismo, della mondanità, dell'inimicizia, dell'autodistruzione, neutri, complessi.

Titoli soggettivi umani (1)		
Gruppi singoli	<p>gruppi plurali</p> <p>a. Persone in lutto/fedeli: <i>mourners, the faithful, many tongues, monks</i></p> <p>b. Connazionali: <i>Poles</i></p> <p>c. Moltitudine di gente: <i>two billions farewells; Millions, 2 million mourners, people</i></p> <p>d. Contesto: (allegro) <i>Chants and songs; calls</i> (triste e allegro) <i>tears and cheers; encounters</i></p> <p>e. Professioni di fede: <i>faiths, differences</i></p> <p>f. Gruppi di altri defunti: <i>a Borgia pope's tomb and a queen of Sweden</i></p>	<p>individui</p> <p>A. <u>Condizione sociale</u></p> <p>Chiesa: <i>Pope, pilgrim,</i></p> <p>B. <u>Qualità</u></p> <p><i>Great, leader, reformer, defender, Pole, saint, hero, man, countryman,</i></p> <p>C. <u>Situazione narrativa</u></p>
Titoli soggettivi temporali (2)		<p>Indeterminato (passato-presente-futuro): <i>for ever</i></p> <p>Determinato (storia/era): <i>in a Godless age</i></p>
Titoli soggettivi Spaziali (3)		
<p>Toponimi:</p> <p><i>in Rome, From Bethlehem to Beijing</i></p>	<p>Nomi comuni</p> <p>a. Luoghi afferenti alla religione cattolica: <i>in Heaven</i></p> <p>b. Avvenimento pubblico: <i>at history's largest funeral, In a sea of red and white flags</i></p> <p>c. Luogo di sepoltura: <i>in Vatican crypt, near a Borgia pope's tomb and a queen of Sweden</i></p> <p>d. Riferimenti geografici generici: <i>Around the world</i></p> <p>e. Luoghi di battaglia retorici: <i>in the struggle</i></p>	
Titoli soggettivi oggetti (4)		
<p>a. abbigliamento: <i>The Man in white</i></p> <p>b. oggetti di nazionalismo: <i>red and white flags</i></p> <p>c. sepoltura. <i>a simple wooden coffin</i></p>		
Titoli soggettivi Avvenimenti(5)		
Azioni (positive indicanti virtù): <i>journey</i>		Stati d'animo: <i>in praise, at peace</i>

5.4 Funzione metalinguistica

La funzione metalinguistica di un titolo si realizza quando la lingua genera una riflessione sulla lingua stessa. Fra i titoli che assolvono questa funzione vengono citati: *Chants and songs for John Paul the Great* TT, *A last message of love and hope* G. In questi tre esempi lo stimolo alla riflessione è creato dai termini *chants*, *songs* e *message*.

5.5 Funzione intertestuale

La funzione intertestuale si realizza quando nel titolo compaiono elementi che rimandano ad altri testi, citazioni, canzoni, film. Esempi che si possono trarre dalla selezione giornalistica sono: *A nation grieves for its hero* TT, *The Pilgrim Pope* S, *A Pilgrim's journey* T, che richiamano *The Pilgrim's Progress* di John Bunyan (1678); *The man in white who changed the world* O, la cui espressione *The Man in white* rimanda al celebre romanzo vittoriano di Wilkie Collins (1860), *The woman in white* nonché al famoso film commedia degli anni Ottanta *The woman in red* e il più recente *Men in black* che ovviamente non hanno nulla a che vedere con la sacralità della figura di Giovanni Paolo II. Tuttavia, il richiamo e la citazione di film, insieme a libri, canzoni, ancora una volta hanno il fine di colpire ad effetto l'interesse del lettore, attraverso appunto *clichés* ben riconoscibili (De Benedetti: 2004, 123-131). Rispetto al titolo dei film il titolo di giornale opera per sostituzione (De Benedetti: 2004, 134-138)¹⁴ trasformando il colore rosso/nero con il bianco e il nome *woman* con *man*, inoltre mantiene l'articolo determinativo che accompagna il nome singolare. Diversamente il titolo *The Long Goodbye* G evoca esplicitamente il romanzo di Raymond Chandler (1953) e la trasposizione cinematografica di Robert Altman del 1973.

United by grief, they put aside their differences to celebrate the life and works of a man who had touched their lives DT. In questo caso sembra anche rilevante la somiglianza con i titoli dei romanzi del Settecento in cui si narravano la vita e le opere dei personaggi protagonisti, per esempio *The Life and the Opinions of Tristram Shandy*, L. Sterne (1760-1767), *The Life of and death of Jonathan Wild the Great*, H. Fielding (1743).

¹⁴ Per De Benedetti le strutture dei titoli che richiamano film, libri o canzoni operano per: commutazione, sostituzione, aggiunta/soppressione, modalizzazione, fusione, sostituzione di fonemi.

In riferimento ai due titoli *The defender of the faiths* I, *Defender of the Faith* T, che mostrano chiaramente una somiglianza, è curioso che l'appellativo “difensore della fede” sia stato attribuito a Giovanni Paolo II quando l'espressione è nota come appartenente al sovrano di Inghilterra. L'espressione deriva dalla originaria forma latina *fidei defensor*, titolo attribuito per la prima volta da Papa Leone X al re Enrico VIII nel 1521. Quando si verificò lo scisma da Roma il titolo fu revocato ma in seguito nuovamente conferito ad Enrico dal Parlamento. Da allora ogni monarca britannico è investito del titolo “difensore della fede”.

5.6 Funzione identificativa

Le funzioni enunciate da Bühler e da Jakobson non bastano a completare la classificazione della varietà di titoli presi in esame da Weinrich. Egli nota che diversi titoli mostrano di frequente nomi propri e, aggiunge, non esisterebbe una funzione per una tale tipologia. Weinrich conia, dunque, la funzione identificativa, con la quale si intende che un messaggio nomini o identifichi qualcuno o qualcosa con nomi propri. Ciò è largamente evidente nella scelta dei titoli sulla morte del Papa, in cui ricorrono parecchie volte le denominazioni relative al Pontefice.

I titoli che riportano il nome proprio del Papa avrebbero la funzione di denominazione attorno al quale si fonda tutto il testo. Il linguista De Benedetti (2004: 115) ha notato la presenza di espressioni identificative nei titoli e dice che il “chiamare per nome”, in questo caso specifico il Papa “trova terreno particolarmente fertile per attecchire, in parte per l'attitudine specifica di questi a interpretare l'informalità del parlato, in parte perchè la presenza del nome ha sul lettore un impatto emotivo indiscutibilmente maggiore. Il nome svolge comunque due funzioni fondamentali: da un lato crea una sorta di prossimità empatica col personaggio, specie quando si tratta di uno sconosciuto [...] e/o del protagonista di un episodio triste e increscioso [...]; dall'altro ridimensiona i personaggi più in vista della scena pubblica, avvicinandoli ai lettori ed eliminando il filtro della formalità...” (De Benedetti: 2004, 115-116). Nei titoli presi in esame soltanto in *Commentary: the cult of John Paul II* TT il Papa viene definito con il nome che ha acquisito con la nomina di Pontefice, in tutti gli altri casi il nome è accompagnato dal titolo *Pope* o dall'attributo *Great*. È altresì vero che il nome di battesimo del Papa, Karol, così come anche il Suo cognome, Wojtyła, non compaiono mai.

6. Conclusioni

L'analisi dei titoli dei giornali inglesi relativi alla morte e al funerale di Papa Giovanni Paolo II ha messo in luce una serie di caratteristiche ricorrenti. Si è impostato un lavoro partendo dagli elementi formali del titolo per arrivare a comprenderne i significati pragmatici veicolati (approccio *bottom-up*). Dalla analisi sono emerse le modalità con cui i titolisti hanno operato e l'impatto che le loro scelte possono aver avuto sui lettori. Nello specifico si sono puntualizzati dapprima gli aspetti iconico-visivi dai quali è scaturita una tendenza alla commozione, così come all'ironia, soprattutto nel riportare i fatti politici e nella ridicolizzazione di alcuni momenti del rito liturgico. In questi casi si denota la tendenza inglese al progressismo laico per cui da un lato si sottolinea l'ecumenismo dell'evento, dall'altro permane un atteggiamento che sostanzialmente appare in termini affettivi relativamente poco partecipe al lutto. Si è visto, peraltro, che a differenza dei quotidiani italiani, i giornali inglesi, parallelamente al lutto, hanno dato immediatamente spazio al processo del Conclave quasi fosse una battaglia, una lotta macchinosa ancora segno evidente del passato di una Chiesa di potere, mentre i quotidiani italiani hanno cominciato a parlarne diversi giorni dopo la morte del Pontefice. La stampa italiana ha fin da subito riservato intere pagine alla biografia del Pontefice e per il periodo di lutto ha riservato uno spazio minore alle altre notizie di politica interna ed estera.

I titoli selezionati, costituiti da gruppi nominali e da frasi complete in ordine ipotattico, mostrano una serie di tematiche ricorrenti individuabili in sei gruppi di maggior rilievo: l'ultimo saluto al Papa e i fedeli in lutto (n. 18); il carisma e la santità del Papa (n. 17); descrizione del papa defunto ed il funerale (n. 9); il processo del Conclave (n. 3); la visita della regina Elisabetta (n. 1); gli incontri diplomatici avvenuti in occasione del funerale del Papa (n. 1).

Successivamente, applicando la teoria di Jakobson sulle funzioni del linguaggio attraverso il modello di studio sui titoli di Weinrich è risultato che i giornali inglesi hanno scelto di utilizzare in misura limitata i titoli referenziali, sebbene questi siano i più usati nella rappresentazione dei fatti di cronaca, e in misura più rilevante i titoli poetici, espressivi, metalinguistici, intertestuali e identificativi. Per la funzione espressiva si è proposto parzialmente il modello di analisi di Hoek grazie al quale sono emersi gli elementi narrativi legati alla figura del protagonista Giovanni Paolo II.

Dalla analisi è stato riscontrato come in taluni casi i giornali inglesi trasmettono l'idea che la morte del Papa e la successione al soglio pontificio non siano di per sé fatti tanto importanti, mentre lo è il for-

te impatto emotivo e sensazionale che essi hanno avuto a livello planetario.

In conclusione, benché dalla lettura delle testate giornalistiche sia evidente la lontananza culturale e politica dal Papato e dalla Chiesa cattolica, non si può più parlare oggi di un anticlericalismo marcato in contesto protestante: “these conflicts cross-cut the boundaries separating the clergy from the laity so that there has not been in this country a generalised anti-clericalism” (Hornsby-Smith: 1991, 190).

Certamente le ragioni si adducono *in primis* ad un generale declino della stessa religione protestante: “The story of religious life in England over the last half-century may read like one of decline, and on many fronts it is; it is a melancholy tale. Yet, decline in numbers, institutions, works and influence does not touch the heart of what the religious life tradition has been in and to the Church.” (Hornsby-Smith: 1999, 287). È anche verò però che le tensioni di un tempo sono state attutite dal dialogo e dallo scambio di idee fra le diverse professioni di fede: “Now a secular culture (...) is one in which there is a plurality of legitimation systems all of which are undermined and weakened by the fact that they are competing with each other in a unified society in which the various religious and ideological groups are in close interaction. (...) Modern communications, rapidity of change and social mobility encourage pluralism and make it increasingly difficult for people of diverse religious views to remain segregated from each other” (Lindbeck: 2002, 98-99). Per questi motivi sarebbe auspicabile estendere la ricerca ad altri paesi culturalmente lontani dalla religione cattolica e interrogarsi sulle modalità con cui la stampa in lingua inglese ha trattato un fenomeno mediatico di così grande rilievo come la morte ed il funerale di Papa Giovanni Paolo II.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

BELL, A. (1992), *The Language of News Media*, Oxford, Blackwell Publishers.

BORTOLON, E., BELLEZIER, M. (1963), *Catholicisme Anglais*, Trad. It: PRANDI, A. (1963), Cattolicesimo inglese, Roma, Edizione Cinque Lune.

BÜHLER, K. (1934), *Sprachtheorie*, Jena, Fischer. Trad. it.: *Teoria del Linguaggio*, Roma Armando, 1983.

CORTELAZZO, M.A. (a cura di) (1992), *Il Titolo e il testo. Atti del XV Convegno Interuniversitario (Bressanone 1987)*, Padova.

DE BENEDETTI, A. (2004), *L'informazione liofilizzata: uno studio sui titoli di giornale, 1992-2003*, Firenze, Cesati.

DIETZ, G. (1995), *Titel wissenschaftlicher Texte*, Tübingen, Günter Narr.

DUCHET, C. (1973), "La Fille abandonnée et la Bête humaine" in *Littérature*, 12.

FAIRCLOUGH, N. (1995), *Critical Discourse Analysis: the critical study of language*, London, New York, Longman.

FOWLER, R. (1991), *Language in the News. Discourse and ideology in the press*, London, New York, Routledge.

GALTUNG, J. – RUGE, M., "Structuring and selecting news" in COHEN S. – YOUNG J. (1973), *The Manufacture of News: Social Problems, Deviance and the Mass Media*, London, Constable, pp. 62-72.

GENETTE, G. (1989), *Seuils*, Parigi, Edition du Seuil.

HALLYDAY, M.A.K. (1985), *An Introduction to functional grammar*, London, Arnold.

HOEK, L.(1973), *Pour une sémiotique du titre*, Università degli Studi di Urbino.

HOEK, L.(1982), *La marque du titre*, L'Aia, Parigi, New York, Mouton.

HORNSBY-SMITH, M.P. (1991), *Roman Catholic beliefs in England: customary catholicism and transformations of religious authority*, Cambridge, Cambridge University Press.

HORNSBY-SMITH, M.P. (1999), *Catholicism in England 1950-2000*, London, New York, NY: Cassell.

JAKOBSON, R. (1963), *Essais de linguistique générale*, Paris, Edition de Minuti, trad.it. Heilmann L. (a cura di, 2002), *Saggi di linguistica generale*, Milano, Feltrinelli.

JUCKER, A. (1992), *Social Stylistics. Syntactic Variation in British Newspapers*, Berlin, Mouton de Gruyter.

LINDBECK, G. A. (2002), *The Church in a postliberal Age*, London, SCM Press.

MÅRDH, I. (1980), *Headlines. On the Grammar of English Front Page Headlines*, Lund, CWK Gleerup.

MATHEW, D. (1948), *Catholicism in England: the portrait of a minority, its culture and tradition*, London, Eyre and Spottiswoode. Trad. It. (1951): *Il Cattolicesimo in Inghilterra*, Roma, Studium.

MORLEY, J. (1998), *Truth to tell: Form and Function in Newspaper Headlines*, Bologna, Clueb.

POLESE, V. (2004), *Language in the Spotlight. News Manufacturing and Discourse*, Napoli, Arte Tipografica Editrice.

RICCA, P. (1966a), *Il Cattolicesimo del dissenso. Una valutazione protestante*, Torino, Casa Editrice Claudiana.

RICCA, P. (1966b), *Il Cattolicesimo del concilio. Un giudizio protestante sul Concilio Vaticano II*, Torino, Casa Editrice Claudiana.

ROTHER, A. (1969), *Der Doppeltitel: zu Form und Geschichte einer literarischen Konvention*, Mainz.

ROTHER, A. (1986), *Der literarische Titel*, Frankfurt am Main.

TUNSTALL, J. (1996), *Newspaper Power: The new national press in Britain*, Oxford University Press.

VAN DIJK, T. A. (1977), *Text and Context. Explorations in the Semantics and Pragmatics of Discourse*, London and New York, Longman.

VAN DIJK, T. A. (1988), *News as Discourse*, Hillsdale, L. Erlbaum associates.

VIEZZI, M. (2004), *Denominazioni proprie e traduzioni*, LED Edizioni Universitarie.

WEINRICH, H. (2001), "I titoli e i testi" in *Semiotica e Linguistica: per ricordare Maria Elisabeth Conte*, (a cura di) PRANDI, M. e RAMAT, P. Atti del Convegno tenutosi a Pavia dal 21 al 23 marzo 1999.

DIZIONARI

Collins Cobuild English Dictionary (1995), University of Birmingham.

SITI INTERNET

www.dailymail.co.uk/
www.guardian.co.uk/
www.independent.co.uk/
www.observer.guardian.co.uk/
www.thesun.co.uk/
www.telegraph.co.uk/
www.time.com/
www.timesonline.co.uk/