

L'intervista: croce e delizia nel campionario dei prodotti testuali dell'ufficio stampa

Paolo Pomati¹

1. Premessa

L'intervista è un prodotto di comunicazione frequentemente utilizzato dagli uffici stampa e del portavoce, perché costituisce il filo diretto tra l'istituzione e il pubblico attraverso i media. A seconda dell'approccio disciplinare, l'intervista può essere considerata come uno strumento di ricerca sociale finalizzato alla rilevazione di dati o di informazione (Cipolla, Benley) o come una forma di interazione/evento di comunicazione tra almeno due soggetti, l'intervistatore e l'intervistato (Zuanelli).

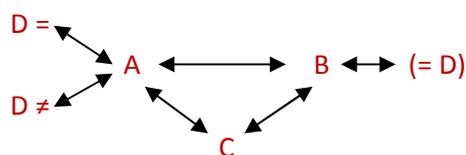
Il nostro contributo prenderà le mosse dalla seconda prospettiva, di derivazione pragmlinguistica, per poi definire gestione, funzioni e compiti. Circa le buone prassi e le tecniche di realizzazione dell'intervista, si rimanda alla vastissima bibliografia esistente (ottimo il manuale della Adams), anche se talvolta non rispondente a un chiaro approccio scientifico.

2. I flussi comunicativi e gli assi di interazione

Partiamo dall'analisi del flusso comunicativo. In un'intervista ci sono almeno quattro soggetti implicati:

- (A) il giornalista-intervistatore, cioè l'emittente, parlante o scrivente
- (B) l'intervistato, cioè il ricevente
- (C) il pubblico, cioè il destinatario finale (lettori, ascoltatori, spettatori)
- (D) il mandante, cioè il soggetto da cui parte l'iniziativa comunicativa.

I flussi che si creano sono i seguenti:



Mandante ed emittente possono coincidere o essere diversi. Se $D=A$, abbiamo il classico esempio della testata/editore che organizza l'intervista al soggetto istituzionale. Se $D=B$, si ha il caso in cui il soggetto istituzionale, attraverso l'ufficio stampa, concorda e organizza un'intervista del proprio rappresentante, normalmente il vertice o il suo portavoce, con una testata.

¹ Giornalista; responsabile dell'Ufficio stampa, Università del Piemonte Orientale; presidente dell'EUPRIO (European University Public Relations and Information Officers).

Questa prima, semplice distinzione provoca differenze sugli assi di atteggiamento, con risvolti diversi a seconda dei contenuti trattati. A seconda che $D=A$ o $D=B$, infatti, il giornalista A che intervista B:

- trasmette un diverso atteggiamento riguardo all'oggetto trattato (asse di referenza);
- rivolgendosi al pubblico C stabilisce diverse modalità di coinvolgimento personale (asse di allocuzione);
- stabilisce modalità diverse nel mettere in relazione l'oggetto trattato, l'intervistato B e il pubblico C (asse di traverso).

Come vedremo nell'esempio, le affermazioni, le domande, le risposte, le percezioni del pubblico saranno pesantemente condizionate da una serie di implicazioni valutative e di stili verbali che derivano dalla varietà dei flussi stabiliti. D'altronde l'interazione verbale che si crea nei flussi è fortemente sbilanciata, se si considerano gli atti linguistici compiuti:

- A produce atti linguistici direttivi: ponendo una domanda, infatti, chiede/ordina all'intervistato di rispondere;
- B produce atti linguistici informativi: rispondendo alla domanda di A, fornisce informazioni ed esprime un parere personale o collettivo;
- C è il reale destinatario delle domande e delle risposte; l'intervistatore pone le domande non per soddisfare una propria curiosità, ma quella del pubblico. Allo stesso modo B non risponde per se stesso, ma dà una risposta confezionata per il pubblico che lo ascolta;
- A, perciò, diventa una specie di mediatore, di interprete di una richiesta silenziosa; si fa portavoce di un gruppo, di una categoria e delle sue opinioni.

Questo sbilanciamento provoca forti conseguenze sul piano dello stile verbale, che, di solito equilibrato, narrativo, colloquiale, può diventare aggressivo, insidioso, minaccioso, provocatorio, persino manipolatorio. B è dunque continuamente sollecitato a un controllo attento delle modalità di interazione con A e con C e deve agganciare con precisione ogni asse di atteggiamento.

3. Il soggetto intervistato

Il soggetto intervistato, come si è detto, può essere il rappresentante dell'istituzione (il ministro, il sindaco, il presidente, l'assessore, il rettore, etc.) o il suo portavoce. Purtroppo in Italia, nonostante la Legge n. 150 del 2000, c'è ancora molta confusione di ruoli tra l'ufficio stampa e l'ufficio del portavoce. Spesso coincidono; sovente, seppur distinti, confondono ruoli e azioni. Nel caso di un'intervista istituzionale concessa a una testata, possiamo avere queste situazioni:

- a) l'addetto stampa organizza l'intervista tra il giornalista e il rappresentante dell'istituzione;
- b) l'addetto stampa organizza l'intervista tra il giornalista e il portavoce dell'istituzione;
- c) l'addetto stampa organizza l'intervista tra il giornalista e se stesso, che si cala nella veste di portavoce dell'istituzione
- d) il portavoce organizza l'intervista tra il giornalista e il rappresentante dell'istituzione;

- e) il portavoce organizza l'intervista tra il giornalista e se stesso, in quanto incaricato a farlo, nel suo ruolo di soggetto personalizzato.

Le cose cambiano anche a seconda che l'intervista sia richiesta per iniziativa della testata (x) o dell'istituzione stessa (y).

Nel caso (a_y) l'addetto stampa deve essere perfettamente consapevole della notiziabilità delle informazioni che intende fornire. Spesso l'istituzione vuole a tutti i costi esprimere la propria opinione o essere protagonista di un'intervista senza rendersi conto dell'effettivo interesse della notizia; sovente è colta dalla smania di puntualizzare o di prendere posizione su un fatto su cui converrebbe tacere. L'addetto stampa conosce le dinamiche redazionali, i tempi, il focus, l'orientamento della testata e può consigliare se concedere o meno un'intervista.

Nel caso (a_x) l'addetto stampa deve essere pronto a dare risposte a giornalisti che le cercano, quando non è possibile metterli in comunicazione con il vertice o con il portavoce. La situazione (c_y) è possibile, ma assai poco probabile.

Diversa è la condizione del portavoce, a seconda del ruolo che esercita al momento dell'intervista. Secondo una definizione di Elisabetta Zuanelli, il portavoce, come soggetto personalizzato, può avere la funzione di *mouthpiece* (lett.: megafono) poco connotata, di tipo meramente informativo. Deve quindi esporre, informare, riferire su punti di vista, pensiero, fatti della persona o dell'istituzione che in quel momento rappresenta. Il portavoce, però, può anche avere la funzione di *spokesperson* vera e propria, più connotata, di rappresentanza; in questo caso egli parla per rappresentare, ha una delega forte e discrezionale da parte della persona/istituzione rappresentata.

Chiarita questa duplice funzione, risulta abbastanza chiaro che il caso (b) sia ontologicamente sbagliato: se esiste nell'istituzione la figura del portavoce, egli organizzerà da sé l'intervista senza l'intervento d'intermediazione dell'addetto stampa, a meno che situazioni di convenienza non lo richiedano.

Analogamente nel caso (d), seppur frequente, il portavoce viene a identificarsi con l'addetto stampa e a sovrapporsi in compiti e funzioni. Il caso (e_{x-y}) è invece corretto: il portavoce concede al giornalista l'intervista, verificando puntualmente contenuti, logiche e stili di comunicazione.

4. L'interazione comunicativa

Intervistatore e intervistato interagiscono attraverso scopi e contenuti sociali e comunicativi. Il giornalista, chiedendo un'intervista, ha certamente uno scopo (informare, approfondire, spiegare, narrare), che può essere più o meno condiviso. L'addetto stampa o il portavoce, infatti, deve chiedersi quale sia l'interesse reale dell'istituzione nel rilasciare l'intervista e quali potrebbero essere le ragioni per rifiutarla. Specularmente, può essere l'addetto stampa, con il medesimo scopo informativo-esplicativo, a chiedere l'intervista a un giornale; in questo caso avrà avuto cura di accertare scrupolosamente la notiziabilità.

Il contenuto comunicativo è invece elaborato sulla base delle conoscenze linguistiche e socioculturali di tutti i soggetti partecipi dell'intervista (intervistatore, intervistato, pubblico

effettivo, mandante). Occorrerà pertanto obbedire a regole sia di tipo situazionale, sia di tipo linguistico. Nel primo caso occorre scegliere i partecipanti, definirne le funzioni, precisare l'argomento (chiarendo se esso è nuovo, cambiato, riciclato, continuato), il luogo, la situazione formale, informale). Nel secondo caso bisogna accordarsi sulle varietà funzionali/contextuali (codici) e decidere se utilizzare varietà geografiche (dialetti) o socioeconomiche (gerghi, linguaggi settoriali).

L'intervista vera e propria è un evento comunicativo che si costruirà su scelte stilistiche sia verbali sia sociali dipendenti dagli scopi sociali sia comunicativi (l'aver dato luogo all'intervista), sia non comunicativi (sollecitare informazioni). Essa sarà dunque realizzata su un registro formale, informale o colloquiale; sarà condiviso un asse di allocuzione (se usare il "tu", il "lei" o il "voi"; se usare titoli professionali e sociali); saranno scelti i temi del discorso secondo l'asse di referenza e infine, a seconda delle simmetrie e asimmetrie di ruoli, l'asse di traverso definirà scelte lessicali, forme di allocuzioni e così via.

Come evento comunicativo, l'intervista si articolerà in episodi testualmente coerenti, con forza illocutoria propria, a loro volta composti da atti verbali, cioè frasi (domande, risposte) che costituiranno l'unità minima dell'interazione comunicativa.

Da questo schema si deduce che l'intervista debba essere architettata da una regia complessiva che ne curi la preparazione, lo svolgimento, la postproduzione. A priori intervistatore e intervistato devono concordare il taglio che verrà dato e gli argomenti che saranno affrontati. L'addetto stampa e/o il portavoce prenderanno utilmente informazioni sulla testata e sull'intervistatore; soppeseranno lo spazio e il peso dell'intervista; si informeranno sulla data e sulla collocazione, se l'intervista sarà diretta o registrata, se altre persone parteciperanno all'evento.

Lo svolgimento dell'intervista è il momento diviso in episodi e atti in cui tutte le regole sintattiche, pragmatiche, semantiche e sociali trovano contemporaneamente il loro sfogo. Le sequenze saranno costituite da:

- indicatori di tipo comunicativo (informare, chiedere, discutere, sollecitare);
- indicatori di modo comunicativo (esclamazioni, interrogazioni, dichiarazioni, ipotesi, ellissi, verbi impersonali);
- indicatori di tipo sociale (lusinga, adulazione, ironia, sarcasmo, aggressione);
- indicatori di modo sociale (amichevole, distaccato, ingenuo, simulato, avvilito, sbadatamente interessato).

Se l'intervista è trasmessa in televisione, occorre badare anche agli aspetti non verbali: la cinesica (gestire i movimenti), la prossemica (stabilire le distanze tra gli interlocutori), la paralinguistica (pause, accenti, passo, intonazione) e l'estetica.

La trappola più frequente dell'intervista è l'aggressività, che può coinvolgere consapevolmente l'intervistatore, attraverso il ricorso di impliciti valutativi a scopo manipolatorio, e inconsapevolmente l'intervistato, spesso colto di sorpresa, che dovrebbe, invece, reagire con fredda razionalità, stemperando e generalizzando il problema. Sarà infine compito dell'addetto stampa leggere/ascoltare/vedere l'intervista, valutarla e, eventualmente, diramare precisazioni.

5. Un esempio: un'intervista al ministro Giulio Tremonti.

Viene qui analizzata una intervista concessa dal ministro dell'Economia e delle Finanze Giulio Tremonti al giornalista Mario Sensini, pubblicata il 13 luglio 2008 sul *Corriere della sera* con il titolo: «Tremonti: il taglio delle tasse? Sarà il dividendo del federalismo». Essa si trova *on line* alla pagina <http://www.governoberlusconi.it/detail.php?id=130>

Episodio	Atto	TESTO	COMMENTO
I	1	ROMA - Il ministro dell'Economia Giulio Tremonti analizza la crisi in atto paragonandola con quella degli anni '70 e con quella del '29.	<p>L'intervista inizia con una "falsa partenza". Ci si aspetterebbe una domanda diretta dell'intervistatore, invece questi preferisce un assunto impersonale che ha il compito di definire il contesto.</p> <p>Definizione del fatto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chi (<i>il ministro Tremonti</i>) • Che cosa (<i>la crisi</i>) • Quando (<i>in atto</i>) • Come (<i>paragonandola...</i>)
	2	«Quella degli anni '70 è stata una crisi diversa. Le ragioni di scambio sul petrolio si erano spostate con eguale violenza, ma i governi potevano compensare con deficit pubblico. Ed è in specie dai deficit degli anni '70 che ha origine la tragedia del debito italiano. Adesso, anche per questo, la via del deficit è preclusa. Un'altra crisi possibile è una crisi stile '29, originata in America e da qui diffusa per contagio al resto del mondo»	<p>Risposta alla domanda implicita che evidentemente l'intervistatore ha posto all'intervistato.</p> <p>Stile narrativo-descrittivo fortemente connotato (<i>violenza, tragedia, preclusa, contagio</i>) con indicatori valutativi (<i>diversa, ma, in specie, un'altra</i>).</p>
	3	Tremonti ne aveva parlato al «Corriere» nell'autunno del 2006.	Digressione/precisazione, in cui si fa riferimento a una citazione passata del medesimo intervistato.
	4	«In realtà la storia non si ripete mai per identità perfette, e anche questa crisi - dice con aria preoccupata - avrà la sua storia. La globalizzazione ci sta presentando il suo conto, il conto del petrolio e dei prezzi: i due canali dentro cui la ricchezza viene pompata da Occidente a Oriente o altrove, tranne che in Africa, così erodendo le nostre "antiche" basi di sviluppo industriale e di benessere sociale» aggiunge Tremonti, senza alcun dubbio sulle responsabilità.	<p>Si riprende la testimonianza virgolettata dell'intervistato, ma lo stacco dato da 1,3 è fuorviante. Non si riesce a capire subito se l'affermazione sia quella del 2006 o se l'intervistato stia parlando ora. Si deduce che il contesto è l'intervista al presente solo dal verbo finale "aggiunge".</p> <p>Sono inseriti commenti dell'intervistatore: "dice con aria preoccupata", "senza alcun dubbio sulle responsabilità". È evidente l'implicito valutativo.</p>
	5	«Le scelte forti, le scelte decisive, quelle ideologiche, economiche e politiche sono state fatte nel "decennio fatale", negli anni '90 quando il mondo è stato occupato dal blocco globalista, mercatista, monetarista e mondialista. Tutto il resto è venuto in automatico. Certamente il motore politico è stato avviato negli Usa dai democratici clintoniani, diversissimi da quel che è Barack Obama oggi. In Europa la destra, ma soprattutto la sinistra, ha fatto la sua parte, nel silenzio assordante dei sindacati. In Italia la partita è stata giocata integralmente dalla sinistra al governo. Chi c'era a Marrakech nel '94, quando si lancia il WTO? Chi c'era a Pechino nel 2001,	<p>Seguito dell'argomentazione dell'intervistato. Siamo ancora nella sequenza introduttiva e le affermazioni continuano a rispondere a una domanda non espressa esplicitamente.</p> <p>L'intervistato fa largo uso di figure retoriche e di connotazioni valutative:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>-ista</i> (omoteleuto ripetuto, valutazione negativa) • <i>silenzio assordante</i> (ossimoro comunicativo) • <i>la partita è stata giocata</i> (metafora) • <i>Chi c'era a Marrakech... chi c'era a Pechino</i> (domanda retorica con anafora; <i>cliché</i> letterario dell'<i>ubi est</i>)

		a firmare e celebrare per l'Europa l'ingresso trionfale dell'Asia nel commercio mondiale?»	
II	1	La classe politica di quegli anni si è trovata a gestire un processo quasi ineluttabile, difficilissimo e probabilmente pericoloso da fermare.	L'intervistatore finalmente compare con un proprio commento che sollecita una reazione ulteriore dell'intervistato. Stile narrativo-constativo, con implicazioni negative (ineluttabile, difficilissimo, pericoloso) e un attenuativo (probabilmente)
	2.1.	«Tutto poteva essere fatto, e nell'interesse di tutti, in un tempo più lungo. Non dieci, ma venti o trent'anni	Reazione dell'intervistato (II.2.1) con ulteriore sviluppo argomentativo (II.2.2) e valutazioni conclusive (II.2.3)
	2.2.	avrebbero fatto la differenza tra equilibrio e squilibrio, tra saggezza e follia. Non solo: nello stesso tempo la politica è arretrata. Il G7 è diventato l'ombra del G7, e l'Europa si è drammaticamente indebolita. Nel decennio fatale è stato messo in pista un circo fatto da illuminati e direttori d'orchestra, da politici idealisti o da superficiali senza ideali, da banchieri centrali e d'affari. Chi ha inventato la globalizzazione è stata	Argomentazione ricca di espedienti retorici: • Coppie antitetiche (<i>equilibrio/squilibrio, saggezza/follia</i>) • Ironia combinata a metafora (<i>un circo fatto da illuminati... un circo degli orrori a quattro piste</i>) • Fenomeni d'eco (<i>Chi ... chi; circo... circo; crisi... crisi</i>) • Marcatori valutativi negativi (<i>ombra, drammaticamente, superficiali, orrori, tempesta</i>) • Reticenza finale (puntini di sospensione)
	2.3.	l'élite dell'occidente, chi ne paga il conto oggi sono i più poveri, in Occidente e non solo. Quello che va in scena ora è un circo degli orrori a quattro piste: la crisi finanziaria, la crisi energetica, la crisi alimentare, la tempesta perfetta che può essere portata da una nuova guerra in Medio Oriente...».	
III	1	Lei attribuisce la responsabilità delle difficoltà attuali soprattutto ad elementi esterni: la Cina, il petrolio, il WTO, l'Europa. Non c'è proprio niente che il governo nazionale può fare?	Inizia l'intervista vera e propria, con l'implicazione diretta dell'intervistatore che confuta le ultime dichiarazioni dell'intervistato. La sequenza parte con uno stile inquisitorio-informale (<i>Lei attribuisce</i>) e si conclude con una domanda provocatoria di tono ingenuamente sconsolato.
	2.1.	«Basta guardare i telegiornali per capire che quelli sono i fatti che stanno cambiando il mondo, l'Europa, l'Italia. Secondo l'Eurobarometro il 64% della	La risposta è molto articolata. L'intervistato avverte l'attacco dell'intervistatore e risponde di getto con un'ironia (III.2.1); poi snocciola alcuni dati, aggiungendo opinioni personali che rispondono in via secondaria alla domanda (III.2.2). Infine fornisce la risposta congruente con la domanda posta, prima con tono evasivo, poi presupponendo conoscenze assunte (<i>Bretton Woods</i>)
	2.2.	popolazione europea ritiene che la globalizzazione, così com'è, non va bene, il 68% teme la povertà. Le cause della crisi sono globali, ma gli impatti sono locali. La soluzione deve essere globale e locale: l'una	
	2.3.	senza l'altra è sbagliata. Sul fronte esterno il governo italiano si sta impegnando nel G8 e in Europa per la presa di coscienza dei fattori di crisi globale. Il 2009 sarà l'anno del G8 italiano e questa potrà essere la base per lo sviluppo di un'iniziativa internazionale mirata a rifare Bretton Woods».	Anche in questo caso l'intervistato ricorre a una molteplicità di stili: • ironico (<i>Basta guardare i telegiornali</i>) • perentorio (<i>Le cause sono, ma... La soluzione deve... L'una senza l'altra è sbagliata</i>) • evasivo (<i>si sta impegnando, ma non dice in che modo</i>) • allusivo (<i>potrà essere la base, Bretton Woods</i>)
IV	1	In Italia avete appena varato una Finanziaria triennale anticipata. In sostanza la blindatura dei conti. E poi?	Cambiamento di fuoco e introduzione di un nuovo argomento da parte dell'intervistatore. Chiare le tecniche di aggressività verbale, seppure molto controllata: • coinvolgimento personale diretto (<i>avete: il ministro e gli altri ministri del governo</i>) • implicazione negativa con sfumatura sfottente (<i>in sostanza la blindatura</i>) • stile provocatorio/informale (<i>E poi?</i>) sotto la parvenza di una narrazione, di una storia o di una fiaba raccontata da tempo.

2.1.	«L'Italia va riformata e rilanciata. La riforma decisiva, ineludibile come dice il presidente della Repubblica, si chiama federalismo fiscale, mentre il rilancio può passare attraverso l'economia sociale di mercato. Sul primo fronte siamo relativamente ottimisti. La sinistra potrà avere ed avrà un ruolo istituzionale fondamentale nel disegno riformatore costituzionale e, dentro questo, nel disegno del federalismo fiscale. L'economia sociale di mercato sta nel nostro programma elettorale: è una prospettiva che si apre.	L'intervistato risponde in modo corretto alla domanda. Parte con una dichiarazione d'intenti che amplia subito precisando i veri contenuti (<i>il federalismo fiscale, l'economia sociale di mercato</i>) e fornisce adeguati dettagli e valutazioni (<i>siamo ottimisti... è nel nostro programma elettorale</i>) (IV.2.1).
2.2.	Sappiamo bene che è un esperimento tanto necessario quanto complesso. In Europa i governi non "fanno" l'economia, ma devono e possono fare la piattaforma su cui l'economia si sviluppa. E' per questo che la manovra è basta su due pilastri. Quello del consolidamento triennale del bilancio pubblico e quello dello sviluppo. Finora l'attenzione si è concentrata solo sul primo. Ma, in realtà, c'è anche ed ugualmente importante il secondo. Dal nucleare alle infrastrutture, all'uso attivo della Cassa Depositi, alla riprogrammazione centralizzata dei fondi europei per il Sud, dal piano casa ai nuovi strumenti di investimento nella ricerca, dalla riforma del processo civile alla liberalizzazione dei servizi locali, fino alla semplificazione legislativa e burocratica.	Annuncia quindi l'esperimento che si intende fare e lo utilizza come espediente per spiegare la manovra di governo, di cui viene dato un elenco esaustivo di punti programmatici (IV.2.2)
2.3.	In questi termini l'Italia ha già iniziato a trasformare in legge la sua Agenda di Lisbona ».	Conclude con un'affermazione rassicuratoria (IV.2.3)
V/VI	[...]	Seguono due sequenze digressive/narrative
VII	1 E il taglio delle tasse a quando?	L'intervista è costruita secondo una <i>climax</i> ascendente. La domanda focale, che connota l'intero testo e fornisce il titolo, è posta nella penultima sequenza.
2	«In sessanta giorni abbiamo detassato la casa e gli straordinari. La riduzione delle tasse verrà come dividendo del federalismo fiscale - meno spese e meno tasse - e con una crescita socialmente concertata. Da qui potrà uscire nuova ricchezza che dovrà essere destinata alla prioritaria riduzione del carico fiscale sul lavoro dipendente, le pensioni e le famiglie. Non possiamo dividere una torta che non c'è, ma sperare di creare tutti insieme un maggior prodotto e una maggior giustizia. Sappiamo bene che nel paese c'è sofferenza, ma anche che questa potrebbe crescere e non ridursi con una spesa pubblica non coperta, che porterebbe al disastro i conti».	La risposta è altrettanto diretta, articolata, senza sviamenti. L'intervistato usa slogan del linguaggio pubblicitario e familiare (<i>meno spese, meno tasse; una torta che non c'è</i>), un tono rassicurante, parenetico, ottimistico (<i>sperare di creare tutti insieme</i>).
VIII	1 Ieri anche il Portogallo ha adottato la sua Robin Hood Tax. Qui molti ne contestano l'efficacia, giudicandola d'effetto, ma di poca sostanza.	Ultimo episodio di carattere conclusivo/digressivo con carattere gnomico-sentenzioso, tanto nella domanda, quanto nella risposta.
2	«Si dice che sia un'imposta inutile, perché tanto i petrolieri la traslerrebbero sui prezzi. In questi termini l'unica imposta giusta sarebbe quella sugli operai, che non la possono traslare. Fa effetto che l'anno scorso sia stato ritenuto giusto il raddoppio dell'Iva sul riscaldamento per le famiglie, perché tanto non	

potevano traslare la tassa, e invece ora si ritenga ingiusta l'imposizione sugli extraprofiti dei petrolieri. Gli effetti sui prezzi saranno bloccati dalle autorità di controllo. E comunque è meglio prendere quattro miliardi lì che doverli tagliare alla spesa sociale e alla sanità».

Bibliografia

- ADAMS S. e W. HICKS, *Interviewing for Journalists*, Routledge, Londra-New York, 2001
- BARBATO A., *Come si manipola l'informazione*, Editori Riuniti, Roma, 1996
- BAILEY K.D., *Metodi della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna, 1982
- BERRUTO G., *La variabilità sociale della lingua*, Loescher, Torino, 1980
- FAUSTINI G. (a cura di), *Le tecniche del linguaggio giornalistico*, Carocci, Roma, 2001
- CIPOLLA C., *Il ciclo metodologico della ricerca sociale*, Franco Angeli, Milano, 1998
- FERRARO G., *Strategie comunicative e codici di massa*, Loescher, Torino, 1981
- FISHMAN J.A., *La sociologia del linguaggio*, Officina, Roma, 1975
- HARRIS G. e SPARK D., *Practical Newspaper Reporting*, Focal Press, Oxford, 1993
- MARKHAM U., *How to Deal with Difficult People*, Thorsons Business, Londra, 1993
- MURIALDI P., *Come si legge un giornale*, Laterza, Bari, 1975
- PAPUZZI A., *Professione giornalista. Tecniche e regole di un mestiere*, Donzelli, Roma, 1998, pp. 65-68
- POMATI, P., "Il difficile compito dell'ufficio stampa: accertare la notiziabilità", in *Comunicazione e innovazione digitale*, 4, Editoriale scientifica, Napoli, 2007, pp. 311-315
- ROBERTSON G. e NICOL A., *Media Law*, Sweet & Maxwell, Londra, 2007
- SCHLIEBEN LANGE B., *Linguistica pragmatica*, Il Mulino, Bologna, 1980
- STRINGA P., *Che cos'è un ufficio stampa*, Carocci, Roma, 2007, pp. 27-29
- SYLVESTER Ch. (a cura di), *The Penguin Book of Interviews*, Viking, Londra, 1993
- WILSON J., *Understanding Journalism: A Guide to Issues*, Routledge, Londra, 1996
- VENEZIANI S., *Organizzare l'ufficio stampa. Nuove regole e nuovi strumenti di comunicazione con i media*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2007, pp. 133-146
- ZUANELLI E., *Linguistica applicata ed educazione plurilingue*, Unipress, Padova, 1990
- ZUANELLI E., *Manuale di linguaggio comunicazione e applicazioni digitali*, Editore Colombo, Roma, 2006, pp. 187-191 e 290-315