



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea Magistrale  
in Lingue e civiltà dell'Asia e dell'Africa mediterranea

ordinamento ex D.M. 270/2004

Tesi di Laurea

***Linguistic Landscape* giapponese  
all'interno del Centro storico di Venezia:  
analisi e descrizione**

**Relatore**

Ch. Prof. Patrick Heinrich

**Correlatore**

Ch. Prof.ssa Marcella Maria Mariotti

**Laureando**

Laura Pani

Matricola 844081

**Anno Accademico**

2017 / 2018



## INTRODUZIONE

L'oggetto di questa ricerca è l'analisi e la descrizione del *Linguistic Landscape* giapponese (in italiano traducibile come "Paesaggio linguistico") presente all'interno del Centro storico di Venezia. L'area di studio della linguistica e della sociolinguistica in cui si colloca il LL si concentra sull'analisi del linguaggio in forma scritta e visibile all'interno di contesti urbani. Nonostante la recente teorizzazione (per opera di Landry e Bourhis nel 1997), è abbastanza consistente il corpus di studi, ricerche ed articoli che affrontano questo argomento adottando paradigmi e criteri di ricerca propri di diverse discipline accademiche.

Se, però, le ricerche precedenti hanno descritto il LL in relazione alle diverse comunità e minoranze etnolinguistiche residenti nel contesto analizzato, questo presupposto non può essere condiviso ed adottato per questo studio. La particolarità dell'ambiente urbano del Centro storico di Venezia, dei diversi attori sociali che ivi interagiscono e transitano, le peculiarità delle stesse interazioni (concepite e descritte in termini della fruibilità turistica) e, quindi, i diversi processi decisionali che motivano gli individui ad utilizzare la lingua giapponese non solo rendono questo caso studio "isolato" da quelli che lo hanno preceduto, ma sono stati anche determinanti nella scelta di questo oggetto di studio. La descrizione del LL giapponese presente nel Centro storico di Venezia ha richiesto la ridefinizione e riconcettualizzazione di alcuni termini chiave teorici, soprattutto al fine di costruire una metodologia che potesse adattarsi alle particolarità del contesto (configurandosi, quindi, come contestuale) e che fosse in grado, quindi, di cogliere le diverse interazioni che hanno luogo attraverso l'utilizzo della lingua giapponese.

In conseguenza alla determinazione delle particolarità di questo contesto, sono stati quindi elaborati gli interrogativi di ricerca. Il primo riguarda ovviamente la descrizione quantitativa e qualitativa del

LL giapponese nel Centro storico di Venezia. Si può affermare che la presenza e la distribuzione di questa specifica lingua vada a costituire un LL a sua volta inseribile e contestualizzabile all'interno del globale LL dell'intero contesto, configurandosi quindi come contributo al multilinguismo del Centro storico di Venezia. È emersa quindi la necessità di comprendere le motivazioni, coinvolte nei diversi processi decisionali che hanno guidato l'*authorship* ad adottare la lingua giapponese. Per affrontare questo interrogativo ci si servirà delle interviste rivolte, appunto, agli autori di tali iscrizioni; così facendo sarà possibile avere inoltre una panoramica degli obiettivi dei diretti interessati e di come tali necessità si articolino e sviluppino attraverso l'utilizzo della lingua giapponese. Da questo interrogativo emerge, infine, un'altra domanda che si pone l'obiettivo di investigare l'eventuale corrispondenza o dissonanza tra gli interessi dell'*authorship* e l'effettiva comprensione del messaggio da parte del fruitore. Ciò farà inoltre emergere la necessità di soffermarsi sulla consistenza e sul tipo di interazioni interpersonali che avvengono attraverso la lingua giapponese esposta in questo contesto urbano.

Per sopperire alla necessità di rispondere a questi interrogativi, riuscendo quindi a fornire una descrizione il più coesa e coerente possibile del caso studio, la ricerca è stata organizzata in due parti. La prima (Capitolo 1 e Capitolo 2) è dedicata alla presentazione dell'apparato teorico e metodologico che tradizionalmente costituisce il punto di partenza per ogni ricerca sul LL. La seconda parte della ricerca, invece, è dedicata alla presentazione delle peculiarità dell'argomento studiato e, conseguentemente, sulla necessità di creare un nuovo discorso teorico e metodologico adatto al fine di descrivere il LL giapponese nel Centro storico di Venezia. Per questo motivo il Capitolo 3 propone una panoramica delle caratteristiche linguistiche, geografiche, demografiche ed economiche del contesto analizzato; il Capitolo 4 presenta la nuova metodologia e i concetti teorici ricollocati e ridiscussi al fine di procedere con l'analisi; il Capitolo 5, infine, è interamente dedicato

alla presentazione e alla descrizione dell'oggetto di ricerca. La preliminare fase di contestualizzazione dei concetti chiave teorici, seguita dalla costruzione di una metodologia comprensiva di molteplici approcci e criteri di ricerca il più possibile multidisciplinari e multimodali, si è resa necessaria allo scopo di offrire una panoramica quantitativa e qualitativa del LL giapponese.

In seguito alla presentazione del discorso teorico, quindi, è stata effettuata la ricerca empirica sul campo che ha nuovamente fatto emergere l'urgenza di stabilire e fissare criteri teorici circa i confini dell'area in cui viene svolta la ricerca e le caratteristiche (fisiche, ancor prima che semantiche) dell'unità d'analisi da documentare. Durante questa prima fase, che è stata svolta tra luglio e settembre 2018, sono stati quindi fotografati 52 elementi utili a questo tipo di studio. Tali elementi saranno poi classificati e categorizzati in base al tipo di *authorship* che li aveva prodotti: nello specifico questo criterio è ben rappresentato dalla dicotomia terminologica *top-down* (che indica autori ufficiali o istituzionali come ad esempio il Comune di Venezia) e *bottom-up* (che indica invece autori non ufficiali o "indipendenti", come ad esempio i negozianti o i ristoratori). L'altro criterio adottato per la classificazione delle unità d'analisi è stato il numero di lingue presenti all'interno dell'elemento preso in considerazione. Per questo motivo tali unità d'analisi saranno divise inizialmente in monolingue e multilingue e, successivamente, verranno individuate e descritte diverse tipologie di multilinguismo presenti all'interno di questo gruppo.

Oltre a questa prospettiva quantitativa e qualitativa sarà presentata una panoramica sulla distribuzione degli elementi all'interno del contesto analizzato, con attenzione rivolta alla diversa concentrazione di essi in base ai Sestieri, allo scopo di evidenziare sotto un altro punto di vista, la relazione tra la lingua giapponese e il tessuto urbano.

Oltre agli interrogativi di ricerca precedentemente esposti e alla riconcettualizzazione dell'apparato teorico, particolare attenzione verrà rivolta ai processi di rappresentazione identitaria e di significazione simbolica dello spazio che hanno luogo attraverso l'utilizzo della lingua giapponese all'interno del Centro storico di Venezia. Come già esplicitato, infatti, le caratteristiche demografiche di questo contesto non ci consentono di asserire che esista una comunità linguistica giapponese ivi residente. Per questo motivo le modalità in cui avvengono i sopracitati processi saranno discusse e traslate; così facendo sarà possibile cogliere come, seppur in altri termini, l'utilizzo della lingua giapponese produce più o meno consapevolmente un riverbero nell'ambito del discorso identitario (degli autori e dei fruitori) e della significazione simbolica dello spazio.

## 要旨

この論文の焦点は、ヴェネチア旧市街でみられる日本語の言語景観である。

Landry と Bourhis の、1997年発行の論文をもとに、言語景観は、看板や掲示物やポスターなどにある、道路を歩きながら目に入る書き言葉でつくられた「背景」であり、それと関連した現象を分析する学問は言語景観研究というのである。すなわち、道路標識、広告看板、官庁の標識などに含まれている可視的な言語の総体である。

言語景観は、Landry と Bourhis の影響で90年代以降、大数の研究テーマとなってきたが、近年、言語景観は言語学だけではなく、社会言語学や経済言語学や民族言語学や地理学の研究対象として注目を浴びておる。したがって、理論的・研究実験的なアプローチや分析基準などのような研究に必要な道具も多様化し、研究方法のコーパスも膨張してきたのである。このコーパスは、唯パブリックスペースだけではなく、個人が管理する空間、いわば、パーソナルスペースで交わされる相互作用およびコミュニケーションのとり方もわかるのに大事だとされている。

本研究の目的は三つである。第一は、日本語言語景観の定量分析と定性分析をすることである。したがって、第二は、日本語言語景観が、ヴェネチア旧市街の全体の多言語の言語景観の部分集合として指摘することである。つきまして、日本語言語景観を形成する人々の言語意識がわかれば、なぜイタリア人が日本語が含まれている看板やポスターを掲げるかということもわかるようになるだろう。ですから、商店主と喫茶店主という、上で述べたような日本語言語景観の「創造者」とのインタビューを通じて、日本語を活用の理由が簡単にわかるようになった。最後に、

第三は、日本語が読める日本人観光客が日本語で書かれているメッセージを理解できるかどうかを明らかにすることである。この質問に答えるために、10人の日本人観光客にインタビューを行った。

上で述べたように、この研究の対象は、ある地域に住んでおり、いろいろな国からの外国人の共存から構造した言語景観ということで、まず、ヴェネチア旧市街の人口統計を検討したのである。結果としてあげることは、在留邦人がいないようですが、たしかに、パブリックスペースに現れた日本語が、そこに住んでいる日本人のためではないことである。要するに、ベネチアで作られた日本語の言語景観の受け取り人は日本からくる日本人の観光客のみである。しかも、ヴェネチア旧市街で活動する、多くの日本語の使用者が日本語非母語話者ではないので、日本語の言語景観が別の観点から分析することが必要とされたのである。そこで、本研究では、イタリア人が、ヴェネチア旧市街を訪れる日本人観光客のために創造した日本語言語景観について記述している。したがって、この特殊な都市コンテキストがわかるために、理論的なキーワードを再定義し、新たな研究方法論を構築するべきではないだろうかと思える。

また、本研究が二つの部分にわけられる。第1章と第2章から成る第一目は、理論や方法論、つまり、社会学や社会言語学や民族学などの大勢の学問的な研究の大綱を紹介する。第二目は(第3章、第4章、第5章)、ヴェネチア旧市街にある日本語言語景観というテーマについて注意深く記述する。理論的に日本語言語景観を形成する分析単位を定義し、独自の法論を創造してから、2018年7月から2

018年09月までヴェネチア旧市街でフィールド・ワークした。その結果、52つの析単位を見つけてから、言語景観の証拠を集めるために、写真を撮りました。次に、その分析単位は、それを作った行為者・その作り手 (*bottom-up* か *top-down*) によって分別された。その上に、日本語が多言語の分析単位に含まれていたかどうかはわかり、「単一言語で書かれた看板」と「多言語で書かれた看板」というカテゴリーが創造された。さらに、「多言語の看板」というカテゴリーのなかで、「翻訳」と「ローマ字で転写」と「さまざまな多言語」という他の部分が明らかにした。それから、セスティエーレ (ヴェネチアの特有な区域) によって日本語で書かれていた看板の数が違うので、ヴェネチア旧市街の日本語言語景観の非同質の配置について記述した。

脈絡で完全なヴェネチア旧市街の社会言語的な記述が得るように、この日本語言語景観研のために、究定量分析・定性分析と人々にインタビューといういろいろなアプローチを使い、理論を事例の写真で補完し、分析してきた。



## INDICE

|   |    |
|---|----|
| INTRODUZIONE  | 2  |
| 要旨  | 6  |
| CAPITOLO 1. Teorie e definizioni del <i>Linguistic Landscape</i> : una panoramica         | 14 |
| 1.1 Definizioni e teorizzazioni del LL: breve excursus                                    | 14 |
| 1.2 Visibilità, salienza e vitalità   | 21 |
| 1.2.1 Visibilità  | 21 |
| 1.2.2 Salienza  | 23 |
| 1.2.3 Vitalità  | 25 |
| 1.3 Funzione informativa e funzione simbolica   | 28 |
| 1.4 Le tre domande  | 30 |
| 1.4.1. Da chi è prodotto il LL?   | 34 |
| 1.4.2 Per chi è prodotto il LL?   | 40 |
| 1.4.3 LL <i>quo vadis?</i>  | 44 |
| 1.5 LL e la città   | 45 |
| 1.6 LL e multilinguismo   | 49 |
| CAPITOLO 2. Metodologia e classificazione   | 52 |
| 2.1 Definire e raccogliere le unità d'analisi   | 55 |
| 2.1.1 Definizione del campo empirico e raccolta delle unità d'analisi                     | 55 |
| 2.1.2 Unità d'analisi   | 59 |
| 2.2 Catalogazione e classificazione   | 63 |
| 2.2.1 Approccio quantitativo  | 66 |
| 2.2.2 Approccio qualitativo   | 68 |
| 2.2.3 Visual semiotic   | 73 |
| CAPITOLO 3. Presentazione del caso studio: il LL giapponese nel centro storico di Venezia | 80 |

|  |     |
|--|-----|
| 3.1 Il contesto: Il Centro storico di Venezia  | 82  |
| 3.1.1 Determinazione geografica dell'area di indagine  | 82  |
| 3.1.2 Venezia nel 2018: un approccio sincronico  | 86  |
| 3.2 Profilo demografico: gli attori sociali  | 88  |
| 3.2.1 Panoramica sugli attori sociali  | 90  |
| 3.2.2 Il fenomeno del Turismo  | 95  |
| 3.2.2.1 La domanda   | 99  |
| 3.2.2.2 L'offerta  | 100 |
| 3.3 <i>Authorship</i> e fruitori   | 102 |
| 3.3.1 <i>Authorship</i>  | 103 |
| 3.3.2 Fruitori   | 112 |
| 3.4 Il linguaggio  | 117 |
| 3.4.1 LL e il contesto turistico   | 120 |
| CAPITOLO 4. Metodologia per il caso studio   | 125 |
| 4.1 Prima fase: la ricerca sul campo   | 125 |
| 4.1.1 Definizione del campo empirico   | 126 |
| 4.1.2 Determinazione dell'unità d'analisi  | 127 |
| 4.1.3 Raccolta delle unità d'analisi e strumentazione  | 128 |
| 4.2 Analisi e classificazione dei dati   | 129 |
| 4.2.1 Analisi qualitativa  | 130 |
| 4.2.1.1 Elementi bottom-up e top-down  | 130 |
| 4.2.1.2 Disambiguazione tra elementi monolingue e trascrizioni multilingue:<br>come considerare l'utilizzo del "rōmaji"? | 131 |
| 4.2.2 Analisi quantitativa   | 132 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2.3 Visual semiotic   | 133 |
| 4.2.4 Interviste  | 133 |
| 4.2.4.1 Interviste ad <i>authorship</i>   | 134 |
| 4.2.4.2 Interviste ai fruitori  | 134 |
| CAPITOLO 5. Presentazione e discussione dei dati: descrizione del LL giapponese | 136 |
| 5.1 Elementi <i>top-down</i> e <i>bottom-up</i>                                 | 137 |
| 5.1.1 Elementi <i>top-down</i>  | 138 |
| 5.1.2 Elementi <i>bottom-up</i>   | 142 |
| 5.1.2.1 Traduzioni <i>bottom-up</i>   | 143 |
| 5.1.2.2 Trascrizioni <i>bottom-up</i>   | 143 |
| 5.1.2.3 Altri esempi di elementi <i>bottom-up</i> multilingue                   | 145 |
| 5.1.2.4 Elementi <i>bottom-up</i> monolingue                                    | 146 |
| 5.2 Elementi multilingue e monolingue   | 152 |
| 5.3 Distribuzione geografica  | 155 |
| 5.4 Visual semiotic   | 158 |
| 5.5 Interviste e punti di vista   | 174 |
| 5.5.1 Interviste agli <i>authorship</i>   | 175 |
| 5.5.2 Interviste ai fruitori  | 180 |
| 5.6 Confronto teorico tra i concetti di <i>authorship</i> e <i>participants</i> | 182 |
| CONCLUSIONI   | 185 |
| BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA   | 190 |
| INDICE DELLE IMMAGINI   | 200 |

PARTE PRIMA  
TEORIE E METODOLOGIE

## CAPITOLO 1

### Teorie e definizioni del Linguistic Landscape: una panoramica

#### 1.1 Definizioni e teorizzazioni del LL: breve excursus

Per *Linguistic Landscape* (in italiano tradotto come "Paesaggio Linguistico") si intende l'insieme di tutti quegli elementi linguistici visibili ed esposti in spazi pubblici quali strade, quartieri, aree urbane o città. Conseguentemente, lo studio e l'analisi del *Linguistic Landscape* si compone di una prima fase di raccoglimento dati sul posto<sup>1</sup>, dopo la quale avrà luogo un'analisi qualitativa e quantitativa di questi che porterà alla comprensione della diversa distribuzione linguistica in una determinata zona. Le informazioni che si possono evincere mediante l'analisi del *Linguistic Landscape* sono ovviamente molte di più rispetto all'esempio appena citato; il *Linguistic Landscape* diventa così uno strumento che ci permette di cogliere il multilinguismo di una comunità, le diverse gerarchie instauratesi tra le lingue che vi convivono o, ancora, la consistenza dei vari gruppi etnici che vanno a comporre la comunità presa in considerazione.

Quello del *Linguistic Landscape* (abbreviato d'ora in poi in LL) è un ambito di ricerca relativamente recente spesso considerato come una sotto-disciplina della sociolinguistica.<sup>2</sup> Questa area studi è in rapida espansione, coinvolgendo sempre più discipline quali la linguistica applicata, la

---

1 Questa fase, caratterizzata dall'osservazione e dal raccoglimento di quante più possibili unità d'analisi, ha durata diversa non solo in base all'ampiezza della zona che si vuole studiare, ma anche rispetto all'impostazione della ricerca. Nel caso in cui si volesse effettuare uno studio diacronico, di tipo, quindi, dinamico-evolutivo, questa fase dovrà essere ripetuta nuovamente dopo un intervallo di tempo (arbitrariamente deciso dal ricercatore), diversamente dal caso in cui lo studio in questione si muovesse su una dimensione sincronica, astratta quindi dall'evoluzione temporale, nella quale basterebbe un'unica raccolta dati che può comunque durare molti mesi. In entrambi i casi è necessario comunque premettere che l'ambito del LL è aprioristicamente caratterizzato da un elevato dinamismo dovuto dal fatto che, per natura, è frutto dell'azione umana.

2 Peter BACKHAUS, *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*, Clevedon, Channel View Publications, 2006, p. 3.

sociolinguistica, la sociologia, la psicolinguistica e, addirittura, la geografia culturale.<sup>3</sup> Il suo dinamismo è ovviamente dovuto anche alla composizione stessa del LL: un'arena in cui interagiscono e partecipano verbalmente sempre più attori sociali il quale numero non è definito, definibile, prevedibile o fisso. Ciò che caratterizza maggiormente lo studio del LL è quindi la necessità imprescindibile di coinvolgere quante più discipline (in maniera ovviamente coerente) possibili ai fini di una costruzione completa ed esaustiva della situazione linguistica, sociolinguistica o addirittura demografica di un contesto urbano in un determinato periodo storico. Si può evincere dunque quanto questa disciplina non possa prescindere da ulteriori considerazioni di tipo storico e, quindi, anche politico-culturali. Tutti questi aspetti devono essere considerati come delle "frazioni" o delle unità informative che confluiscono verso un unico corpus. Ciò è dato non solo dal senso di completezza e coerenza che si vuole dare a questo tipo di studio, ma anche dal bisogno di sopperire ai molteplici interessi ed interrogativi dei ricercatori. Chi si avvicina all'ambito del LL, infatti, è consapevole della necessità di creare una metodologia multidisciplinare che tenga conto dell'eterogeneità sociale, linguistica e demografica degli spazi urbani nell'era della globalizzazione. Per questo motivo, grazie ad una serie di approcci diversi ma complementari, negli ultimi anni sono state sviluppate numerose teorie e altrettanto numerosi quesiti sono stati proposti. Osservare il linguaggio nella sua forma scritta in spazi pubblici, infatti, ci pone di fronte ad una serie di interrogativi costantemente ripresi in esame. Come sono connesse le persone, i segni e il linguaggio? In che modo si può considerare il LL come rappresentazione degli individui? E in che modo, invece, il LL contribuisce alla rappresentazione simbolica dello spazio? Che ruolo ha il LL nelle politiche linguistiche ufficiali, nell'educazione e nella globalizzazione? Cosa spinge le persone a scrivere ed esporre visibilmente dei segni linguistici? Che ruolo ha la visibilità linguistica nello

---

<sup>3</sup> Per geografia culturale si intende quella branca della geografia che si occupa del riconoscimento e della descrizione dei fenomeni e simboli culturali legati alla geografia.

studio della vitalità di una comunità etnolinguistica? Queste sono solo alcune domande che hanno motivato i precedenti studi, contribuendo alla creazione di articoli, manuali e dibattiti che formano un corpus multidisciplinare sul quale il LL è funzionale come indicatore della fluidità della società contemporanea. Per quanto riguarda la letteratura di questa area studi è importante notare anche come gli studi precedenti abbiano evidenziato i temi focali riguardanti il LL classificando e definendone gli elementi costituenti, le tipologie di attori sociali che ne partecipano o, ancora, stabilendo i criteri fondamentali per il raccoglimento di elementi empirici.<sup>4</sup>

Concettualizzato solo nel 1997 con la pionieristica ricerca di Rodrigue Landry e Richard Y. Bourhis riguardante il multilinguismo e la vitalità linguistica all'interno di un determinato contesto urbano, il LL ha con gli anni iniziato ad essere considerato un importante indicatore della coesistenza e dell'interazione di comunità etnolinguistiche diverse. Secondo Landry e Bourhis, infatti, il LL è:

The language of public road signs, advertising billboard, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings

---

4 Come specificato da BACKHAUS, *Linguistic Landscapes...*, cit., pp. 12-53, però, già prima della pubblicazione di Landry e Bourhis, molti linguisti si erano concentrati sulla rappresentatività e sulla funzione dei segni nei luoghi pubblici. Più in generale, l'interesse riguardante il segno linguistico (o, più generalmente, il segno in sé) si è manifestato in numerosi studi sulla semiotica, che hanno preparato il terreno per i successivi studi sul LL. Le basi e definizioni teoriche precedenti, infatti, sono state utilizzate dai ricercatori non solo come imprinting tematico, ma anche come punto di partenza per la costruzione di una teoria e una metodologia. Alcuni esempi sono Tulp (1978), ricercatrice olandese che condusse una ricerca sulle insegne pubblicitarie di Bruxelles per dimostrare come l'utilizzo di uno specifico linguaggio avesse portato ad una graduale "francesizzazione". Wenzel (1996) sempre focalizzandosi sulla città di Bruxelles, sollevò la questione circa la rilevanza della zona geografica presa in considerazione, portando in primo piano la correlazione tra distribuzione geografica e segni linguistici. Monnier (1989), per interesse del Consiglio della lingua francese di Montreal si concentrò sulla distribuzione spaziale dei gruppi linguistici anglofoni a Montreal focalizzandosi sul linguaggio del settore commerciale. Spolsky e Cooper (1991) condussero una ricerca localizzata sulla parte orientale di Gerusalemme, concentrandosi sulle motivazioni dietro alle varie scelte linguistiche nella città antica. Calvet (1990) analizzò e comparò il LL delle città di Parigi e di Dakar per poi esporre le diverse cause del multilinguismo presente nelle due città.

combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration.<sup>5</sup>

Landry e Bourhis si riferiscono quindi a tutti quegli oggetti linguistici presenti (e soprattutto visibili) in spazi pubblici. Appartengono a questo gruppo, ad esempio, indicazioni stradali, nomi di luoghi, strade o edifici, cartelloni pubblicitari, insegne di negozi o addirittura graffiti e iscrizioni su suolo pubblico. Oltre a questa preliminare definizione, però, nel loro studio vengono fornite spiegazioni circa la classificazione e il riconoscimento di tali segni, evidenziando come nello studio del LL vada preso in considerazione qualsiasi segno linguistico visibile<sup>6</sup>, da quelli delle autorità pubbliche a quelli di privati o associazioni che agiscono in maniera autonoma. Questo aspetto risulta particolarmente importante e verrà affrontato in maniera specifica nel prossimo paragrafo. L'approccio di Landry e Bourhis, però, considera il LL come un fenomeno sociolinguistico "fissato" e circoscritto esprimendo solo limitate considerazioni sul dinamismo del LL.<sup>7</sup> Furono le ricerche successive a proporre nuovi approcci e, conseguentemente, nuovi risultati e definizioni arricchendo il corpus degli studi riguardanti il LL.

Dopo la pubblicazione dell'articolo di Landry e Bourhis, comparvero solo poche pubblicazioni riguardanti il LL, prima fra tutte quella di McArthur del 2000 (pubblicata nella rivista *English Today*) che analizzava la presenza della lingua inglese nelle insegne commerciali nelle città di Zurigo (Svizzera) e Uppsala (Svezia). Questo approccio basato sulla comparazione di più località venne condiviso nel 2002 da Schlick il quale, focalizzandosi sempre sulla lingua inglese, per prima cosa

---

5 Richard BOURHIS, Rodrigue LANDRY, "Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality An Empirical Study", *Journal of Language and Social Psychology*. 16, 1, 1997, p. 25.

6 Purché esso possa considerarsi a tutti gli effetti un segno linguistico. Ne deriva una necessaria e preliminare riflessione metodologica sui criteri da tenere in considerazione nel riconoscimento del segno linguistico.

7 Eliezer BEN-RAFAEL, Elana SHOHAMY, Muhammad HASAN AMARA, Nira TRUMPER-HECHT, "Linguistic Landscape as symbolic Construction of the public space: the case of Israel", *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, 2006, p. 8.

incentrò il suo studio sulla sua presenza linguistica nelle città di Klagenfurt (Austria), Udine (Italia) e Lubiana (Slovenia), effettuando sempre un'analisi empirica e comparativa. La sua seconda ricerca si concentrò invece sul confronto tra LL del centro città con quello della periferia (anche in questo caso di più città tra Austria, Gran Bretagna, Italia e Slovenia).<sup>8</sup> Sulla rivista *English Today* continuarono ad essere pubblicate numerose ricerche concernenti il LL ma, data la loro natura essenzialmente descrittiva non riuscirono a dare un grande contributo sul tema del multilinguismo.<sup>9</sup> Uno tra i contributi maggiori riguardante soprattutto la metodologia da tener presente nello studio del LL appartiene all'opera di Scollon e Scollon (2003). Il loro approccio teoretico e geosemiotico evidenzia l'imprescindibilità tra la collocazione fisica e materiale del segno linguistico e il suo significato notificando di fatti una qualità fondamentale del segno linguistico: l'indicalità. Infatti:

Thi book is called *Discourse in Place: Language in the Material World*. It is a book which deals with *geosemiotics* – the study of the social meaning of the material placement of signs and discourses and of our actions in the material world. [...]  
All of the signs and symbols take major part of their meaning from how and where they are placed [...].<sup>10</sup>

In altre parole il significato dell'iscrizione linguistica, essendo collegato al luogo in cui è esposto, può avere sia valore informativo in quanto rispecchia la comunità in cui esso è utilizzato (località

---

8 Durk GORTER, "Linguistic Landscapes in a Multilingual World", *Annual Review of Applied Linguistics*, 33,1, 2013, p. 193.

9 GORTER, *Linguistic Landscapes...*, cit. p. 194.

10 Ron SCOLLON, Wong SCOLLON, *Discourse in Place: Language in the Material World*, Londra, Routledge, 2003, p. 2.

geopolitica), che valore simbolico essendo appunto strettamente dipendente dal contesto e dalle persone (associazioni socioculturali).<sup>11</sup>

Nel 2006 Ben-Rafael adotta un approccio più sociologico basandosi comunque sulle teorie precedentemente esposte sul LL. Il collegamento evidenziato è quello tra il linguaggio, inteso come "fatto o azione sociale", e i vari fenomeni sociali. Per questo motivo il LL può e deve essere considerato come la rappresentazione simbolica della società e, quindi, dello spazio. Analizzando contesti plurilingui e multilingui<sup>12</sup> egli riuscì a confermare la tesi già presentata da Landry e Bourhis, ossia che la visibilità è il principio fondamentale nello studio del LL.

Sempre nel 2006 Cenoz e Gorter, ambientando la loro ricerca in Olanda e in Spagna dimostrarono, attraverso un approccio essenzialmente quantitativo, che le politiche verso le minoranze linguistiche si riflettevano a pieno nel LL.

Nel 2007 Backhaus pubblica la prima monografia interamente dedicata al LL<sup>13</sup>: "*Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tōkyō*". La sua ricerca, focalizzandosi sull'area urbana di Tōkyō, si soffermò sulla distinzione tra segni ufficiali (*top-down*) e non ufficiali (*bottom-up*), evidenziando la compresenza di questi due flussi opposti e, conseguentemente, mostrando i rapporti gerarchici di potere che concorrono alla creazione del LL. Analizzando la crescente presenza della lingua inglese nel LL di Tōkyō, Backhaus evidenziò quanto dinamica, fluida ed eterogenea sia questa disciplina. Oltre ai nuovi risultati raggiunti, Backhaus fornisce una dettagliata revisione di tutte le ricerche e gli studi precedenti alla sua opera, elaborando così un corpus omogeneo e dettagliato, diventato un testo di riferimento per le opere successive.

---

11 BACKHAUS, *Linguistic Landscapes:..., cit.*, p. 194.

12 La sua ricerca si concentrò sulle tre lingue maggiormente parlate in Israele: ebraico, arabo e inglese.

13 BACKHAUS, *Linguistic Landscapes:..., cit.*, p. 194.

Dalla iniziale definizione fornita da Landry e Bourhis, quindi, il campo del LL si è progressivamente espanso, diventando un ambito multidisciplinare in continua evoluzione. Ciò risulta estremamente necessario se si considera la rapidità non solo dei cambiamenti linguistici, demografici ed etnografici che hanno luogo nelle città, ma anche delle mutazioni della composizione, strutturazione ed organizzazione degli stessi spazi urbani. Landry e Bourhis, infatti, citano solo sei tipologie di segni linguistici, un numero esiguo se si considerano le nuove frontiere della comunicazione visiva del Ventunesimo secolo. Basti pensare alle insegne al neon, ai display e ai monitor a schermo piatto esposti sulle vetrine, agli striscioni o cartelli a scorrimento, agli schermi touch screen interattivi o addirittura alla segnaletica gonfiabile.<sup>14</sup>

Negli anni quindi, il concetto di LL ha assunto varie accezioni. Il termine è stato utilizzato anche per descrivere la situazione linguistica di un determinato paese o per mostrare la presenza di alcune minoranze linguistiche in una zona geografica abbastanza ampia.<sup>15</sup> Secondo questa seconda teoria, quindi, il LL non è altro che una panoramica più o meno ampia delle lingue parlate in uno specifico contesto sociale, geografico e storico. Ne deriva direttamente una particolare attenzione alle dinamiche del multilinguismo legate ai concetti di *linguistic market*, *linguistic mosaic*, *ecology of languages* o situazione linguistica.<sup>16</sup> In altri casi il termine è stato associato ad uno studio sulle variazioni interne ad una determinata lingua e si è quindi concentrato sui mutamenti in chiave diacronica del vocabolario utilizzato in una determinata area geografica.

---

14 GORTER, *Linguistic Landscapes...*, cit. p. 191.

15 Gorter cita esempi di studi precedenti. Nel primo caso: Sciriha, Lydia, Vassallo, Mario, *Malta: A Linguistic Landscape*, Malta, Università di Malta, 2001. Nel secondo: Kreslins, Jānis, "Linguistic landscapes in the Baltic", *Scandinavian Journal of History*, 28, 3-4, 2003, pp. 165-174.

16 Durk GORTER, *Linguistic Landscape: a new approach to multilingualism*, Clevedon, Channel View Publication, 2006, p. 1.

## 1.2. Visibilità, salienza e vitalità

In ogni definizione di LL è possibile trovare esposte in maniera più o meno esplicita alcune parole chiave che riassumono brillantemente tutte le caratteristiche fondamentali che gravitano attorno a questa area studi. In questa ricerca mi soffermerò sui concetti di visibilità, salienza e vitalità.

### 1.2.1 *Visibilità*

In primo luogo il concetto di visibilità è funzionale alla determinazione dell' "unità d'analisi", ossia alla stilizzazione del campione preso in considerazione durante la ricerca. Il tipo di linguaggio che va a costituire il LL è infatti quello in forma scritta e visibile in contesti urbani, rintracciabile quindi all'esterno di edifici o su strade e cartelli. Secondo questo criterio, quindi, vanno escluse tutte le scritte presenti all'interno di strutture (pubbliche e private) in quanto non rispondo all'esigenza di essere percepibili in spazi aperti e comuni. In secondo luogo la visibilità ci permette di comprendere, nel momento della categorizzazione degli elementi, la rilevanza e il potere di una lingua nei confronti delle altre, mostrando cioè l'utilizzo linguistico nel determinato contesto della comunicazione sociale. Il LL è infatti considerato come un mezzo fondamentale nel processo di riconoscimento identitario sul linguaggio e sullo spazio. Prendendo in considerazione segnali e cartelli pubblici bilingue o multilingue, è possibile distinguere a prima vista una lingua dominante (appartenente ad un gruppo "sociale" più forte) e altre più deboli (appartenenti a gruppi sociali meno forti). Solitamente la lingua dominante, fortemente più visibile nel LL, appartiene alla maggioranza degli abitanti del determinato territorio.<sup>17</sup> Allo stesso tempo è scopo del gruppo etnolinguistico stesso rappresentarsi visivamente in spazi pubblici mediante segnali e iscrizioni: secondo Coulmas<sup>18</sup>, non c'è modo più ovvio, per un

---

<sup>17</sup> BOURHIS, LANDRY, *Linguistic Landscape...*, cit., p. 26.

<sup>18</sup> Florian COULMAS, *Sociolinguistics: The Study of Speakers' Choices*, Cambridge, Cambridge University Press, 2005, p. 207.

gruppo che voglia asserire la propria presenza, che *inserirsi* in un cartellone pubblicitario.<sup>19</sup> Questo aspetto emerge maggiormente in contesti multilingue, dove il LL diventa un marcatore simbolico per il potere e lo status di una comunità etnolinguistica. In terzo luogo, considerata la fondamentale relazione tra linguaggio e spazio pubblico, la visibilità diventa strumento d'imposizione, una dichiarazione di potere e predominanza non solo sulle altre lingue, ma anche sullo spazio. In altre parole il segno verbale non solo è una dimostrazione simbolica di supremazia linguistica, ma è anche protagonista del processo di significazione dello spazio. Il LL gioca infatti un ruolo basilare nella costruzione simbolica dello spazio. Il binomio indissolubile tra luogo e lingua è di fondamentale importanza non solo per il rapporto di implicazione reciproca tra le due parti<sup>20</sup>, ma anche per dimostrare quanto alcune componenti extralinguistiche<sup>21</sup> possano influenzare il LL. Questo aspetto verrà maggiormente approfondito in seguito.

Molti sono i fattori che possono influenzare la visibilità di una determinata lingua e, conseguentemente, anche lo stesso LL. Oltre all'arbitraria e soggettiva preferenza di chi decide di scrivere in una determinata lingua, altri motivi storici, sociali, politici, economici o demografici possono interferirvi. Questo aspetto testimonia l'incredibile dinamismo di questa area di ricerca e solleva questioni importanti quali considerare o meno il LL come un prodotto o un risultato finale

---

19 Spesso è stata fatta notare la relazione tra la visibilità all'interno del LL e le dinamiche di "in-group" e "out-group", ossia di inclusione ed esclusione all'interno di comunità etnolinguistiche diverse. Bouhris e Landry hanno evidenziato che la competizione per la visibilità all'interno di insegne pubbliche ha anche una funzione simbolica, in quanto rappresenta i rapporti gerarchici tra le diverse lingue e le diverse comunità. In altre parole, il fatto che il proprio linguaggio sia rappresentato e presente in maniera preponderante all'interno del LL, incide nella consapevolezza dell'appartenere ad un determinato gruppo linguistico all'interno di un contesto multilingue.

20 Sono numerosi i modi attraverso i quali segni e immagini e altre espressioni verbali scritte riescono ad acquisire e modificare (totalmente o in parte) il proprio significato in base al contesto in cui sono poste. In altri casi, invece, attraverso un processo di decontestualizzazione e universalizzazione, è stato notato come alcuni segni mantengano un significato identico e costante a prescindere dal luogo in cui si trovano. Ancora, talvolta possono essere situati volontariamente per conferire ad un determinato spazio un particolare significato. Questo campo di studio è chiamato "geosemiotica" e si prefigge l'obiettivo di analizzare le dinamiche dietro al processo di significazione sia dello spazio, sia del LL.

21 Quali la grandezza e l'impostazione urbana di una città, la composizione demografica, l'incidenza di minoranze etniche o di comunità di immigrati, il loro grado di integrazione o radicamento, le politiche governative nei loro confronti o, ancora, la gestione degli spazi rivolti alla comunicazione con queste comunità.

frutto delle variabili sopracitate. Considerata la quantità di interazioni e implicazioni tra i quattro poli che costituiscono il LL (luogo, lingua, attori sociali e contesto storico), risulterebbe improprio se non sterile ridurre il LL ad un oggetto da analizzare.

### 1.2.2 *Salienza*

Il termine *salience* può essere tradotto come "prominenza", "importanza" o, ancora, "rilievo". Tutti questi sinonimi si focalizzano contemporaneamente sia sull'aspetto visivo di un segno, sia su quello legato al riconoscimento semantico di esso. Questo perché, nell'ambito del LL, il concetto di "salienza" può (e deve) essere associato a quello di visibilità e frequenza. Sebbene, però, nelle varie teorizzazioni del LL questi due termini siano stati ampiamente affrontati, raramente il concetto di salienza è stato trattato in maniera esplicita. In realtà esso può considerarsi come la somma delle già citate caratteristiche, a loro volta legate da un indissolubile rapporto concausale. Quando si analizza il LL di una determinata zona, l'importanza linguistica di un linguaggio nei confronti di altri può essere infatti determinata da quanto spesso (frequenza) e da come (visibilità) esso risalti agli occhi dell'individuo; così facendo un determinato segno linguistico (o, più in generale, un linguaggio) diventerà facilmente riconoscibile e memorizzabile. Questa analisi tiene quindi conto di un doppio approccio: il primo è quello quantitativo (in merito a quanto è frequente un linguaggio), mentre il secondo è decisamente qualitativo (poiché analizza il rapporto che intercorre tra la visibilità e la riconoscibilità). Questo fenomeno sancisce e conferma le gerarchie linguistiche all'interno di un contesto multi o plurilinguistico dimostrando infatti come una lingua più potente riesca ad avere un impatto maggiore nei processi di riconoscimento.

Anche in questo caso è importante affrontare questo argomento nella maniera più multidisciplinare possibile e, infatti, è proprio dall'ambito della linguistica cognitiva che è possibile enucleare l'effettiva esistenza di significato che intercorre tra il concetto di salienza e quello di prominente. Entrambi i termini possono essere sovrapposti ma, allo stesso tempo, avere coscienza della leggera incongruenza semantica tra essi ci offre la possibilità di analizzare il fenomeno della salienza nel LL in maniera più completa. Questo primo termine infatti si riferisce maggiormente ad aspetti esterni, sensibili e fenomenologici, direttamente subordinati alla percezione e ricezione visiva (come ad esempio la grandezza di un segno, il suo colore, la sua posizione all'interno di un cartello o, ancora, la sua forma). La prominente, invece, è associata agli aspetti prettamente linguistici, quindi testuali o sintattici. Queste due descrizioni sono ugualmente molto utili in questa fase teorica di approccio al LL in quanto si focalizzano sul ruolo che il fruitore, il passante o semplicemente l'attore sociale ha nel processo che sancisce la finale superiorità di una lingua.

Christian Chiarcos, Berry Claus e Michael Grabski in "*Saliency Multidisciplinary Perspectives on its Function in Discourse*"<sup>22</sup> confermano questo tipo di descrizione, affermando infatti che:

Saliency defines the degree of relative prominence of a unit of information, at a specific point in time, in comparison to the other units of information.<sup>23</sup>

Nel caso del LL risulta quindi evidente come, per salienza, si possa intendere il grado di "importanza" raggiunto da una certa lingua nei confronti delle altre, dove, a sua volta, importanza sta per riconoscibilità e capacità di distinguersi attirando l'attenzione delle persone.

---

<sup>22</sup> Christian CHIARCOS, Berry CLAUS, Michael GRABSKI, *Saliency: Multidisciplinary Perspectives on its Function in Discourse*, Berlino, De Gruyter, 2011.

<sup>23</sup> CHIARCOS, CLAUS, GRABSKI, *Saliency: Multidisciplinary...*, cit., p. 2.

Una volta specificato il significato di tale concetto è utile anche comprendere i processi che portano una lingua ad essere più prominente rispetto alle altre. In questo caso è possibile rintracciare due moti opposti che, combinati, partecipano della salienza. Il primo vede la crescente visibilità di una lingua non autoctona in un determinato contesto e LL. Questo fenomeno è simile per mezzi e fini alle spinte *bottom-up* attraverso le quali vediamo un gruppo più o meno ampio che ha meno potere ed è gerarchicamente inferiore rispetto ai vertici. Il secondo moto procede in direzione opposta e, infatti, è dato dall'inclinazione generale (della popolazione autoctona) verso l'uso di una lingua non ufficiale o, comunque, che rappresenta una minoranza. In questo caso si può cogliere invece l'analogia con le spinte *top-down* secondo le quali è la porzione più potente ed influente ad influire maggiormente sull'importanza di un linguaggio.

In entrambi i casi resta evidente che visibilità e salienza compongono un binomio inscindibile e che si influenzano vicendevolmente. Ma il quadro resterebbe incompleto se non si facesse riferimento anche ad un'altra caratteristica delle lingue presenti nel LL, ossia la vitalità.

### 1.2.3. *Vitalità*

Il concetto di vitalità è stato spesso affrontato nell'ambito della linguistica. Troviamo infatti numerose descrizioni e definizioni del termine, alcune delle quali si soffermano sul legame che intercorre tra la lingua stessa e la comunità parlante. Come già esplicitato da Ferdinand de Saussure in "Corso di linguistica generale" (prima edizione nel 1916) infatti, nessuna lingua esiste senza una "massa parlante", anche detta comunità linguistica. Per questo motivo è importante tener presente che, ogni qual volta si parli di lingua vitale, morta o obsoleta, si fa direttamente riferimento al gruppo

sociale che la usa o usava. Gaetano Berruto<sup>24</sup> a tal proposito, evidenzia questa caratteristica affermando che, parlando di "vitalità in senso specifico", è giusto sottintendere sia la vitalità linguistica (lingua come prodotto) che quella sociolinguistica (lingua come comunità linguistica) che, infine, come sociopsicolinguistica (interazione tra lingua, individuo e scelta linguistica). Una lingua è quindi vitale nel momento in cui essa viene utilizzata in qualità di mezzo di comunicazione nei più svariati contesti (da quello domestico a quello pubblico). Ciò che può differenziare più lingue è ovviamente il grado di vitalità: se utilizzata in maniera ampia, estensiva e, soprattutto, duratura nel tempo, una lingua viene considerata più vitale rispetto alle altre. Nella linguistica lo studio della vitalità costituisce un importante indicatore in quanto può rappresentare un criterio di probabilità di sopravvivenza di una certa lingua.

Il fatto che per vitalità si intenda quindi sia l'utilizzo di una determinata lingua, che la collettività che la utilizza, mette in luce un importante vincolo nel momento in cui si decide di affrontare lo studio del LL. Sebbene, infatti, sarebbe spontaneo asserire che tanto più una lingua è vitale tanto più essa sarà rappresentata negli spazi pubblici, bisogna tener conto che spesso intere minoranze etnolinguistiche utilizzano la propria lingua principalmente in contesti domestici. Considerato inoltre che essi non hanno un forte impatto nella costruzione del LL (in quanto meno potenti rispetto ad altri gruppi o agli autoctoni), non è possibile ritenere che il LL ne sia una sicura rappresentazione della vitalità linguistica. Come specificato da Barni e Extra, infatti:

---

24 Gaetano BERRUTO, "Repertori delle comunità alloglotte e 'vitalità' delle varietà minoritarie", in Carlo Consani, Paola Desideri, Francesca Guazzelli, Carmela Perta (a cura di), *Alloglossie e comunità alloglotte nell'Italia contemporanea, teorie, applicazioni e descrizioni, prospettive*, Roma, Bulzoni, 2009, pp. 173–198.

Whereas geolinguistic and demolinguistic studies focus commonly on the spatial and temporal distribution and vitality of languages in the private domain of the home, linguistic landscaping has as its focus the public domain in the most literal sense, i.e., in terms of the visibility and distribution of languages on the streets. In this sense, the outcomes of linguistic landscaping research should be read with care: they do not intend to present a faithful mapping of the linguistic make-up of the population in a given place.<sup>25</sup>

Ciò significa appunto che, con i mezzi, le metodologie e i criteri d'analisi utilizzati per comprendere il LL, non è possibile entrare in contatto e rappresentare la vitalità di una determinata lingua (soprattutto se appartenente ad una minoranza). Un'ulteriore motivazione è offerta dal fatto che, anche se non visivamente esposta in luoghi pubblici, una lingua può essere rilevante in altri e nuovi contesti, propri del Ventunesimo secolo: la rete e i social media.<sup>26</sup> Anche se alcune branche dell'area studi del LL si sono concentrate su questo nuovo tipo di "landscape", in questa ricerca non risulta essere utile soffermarsi su questo tipo di "paesaggio", avendo scelto come essenziale paradigma la visibilità nei contesti urbani.

Ciò che risulta essere utile e fecondo è quindi considerare la proporzione tra comunità linguistica, lingua e rappresentazione pubblica. Solo così potremmo avere un'analisi coerente del rapporto tra vitalità linguistica e LL: non bisogna quindi trarre affrettate conclusioni mettendo semplicemente in

---

25 Monica BARNI, Guus EXTRA, *Mapping Linguistic Diversity in Multicultural Contexts: Mapping Linguistic Diversity in Multicultural Contexts*. Berlin/Boston, De Gruyter, 2008, p. 3.

26 Dejan IVKOVIC, Heather LOTHERINGTON, "Multilingualism in cyberspace: conceptualising the virtual linguistic landscape", *International Journal of Multilingualism*, 6, 1, 2007, p. 17-30. In questo articolo gli autori, partendo dalle definizioni precedenti di LL, spostano l'attenzione su un altro tipo di paesaggio: quello virtuale, composto da siti web o blog personali.

relazione gli indicatori precedenti con il concetto di vitalità. In questa ricerca ciò è semplificato poiché non si ha a che fare con ingenti quantità di minoranze etnolinguistiche, bensì con importanti flussi turistici, classificabili e quantificabili. In questo caso la vitalità linguistica sarà la rappresentazione della provenienza del turista e, conseguentemente, analizzare se esista effettivamente un riscontro e una coerenza tra provenienza geografica degli attori sociali e visibilità, frequenza e salienza della loro lingua ci permetterà di capire le dinamiche dietro alla costruzione del LL.

### 1.3 Funzione informativa e funzione simbolica

Un altro aspetto da considerare nell'analisi del LL, è la necessaria classificazione delle iscrizioni esposte che, secondo Bourhis e Landry (1997), possono avere due funzioni: informativa o simbolica. Nel primo caso, la funzione informativa può essere considerata come marcatore distintivo del territorio o dell'area urbana in cui una determinata lingua viene parlata e analizzata. Così facendo, l'analisi di un determinato LL risulta utile al riconoscimento delle lingue parlate in un luogo e, conseguentemente, alla sua composizione e stratificazione etnolinguistica. È quindi funzionale ai fini della comprensione delle dinamiche di in-group e out-group o ai rapporti di potere tra i membri di un contesto determinato mostrando come la prevalenza e supremazia di una lingua specifica rappresenti le dinamiche di subordinazione tra le diverse comunità. La presenza o meno di una lingua in un'insegna o in un cartellone può quindi indicare la composizione sociolinguistica dei vari gruppi linguistici che convivono in un'area urbana.

La funzione simbolica, invece, ha a che vedere con il significato e le implicazioni sociologiche e demografiche della presenza di una lingua all'interno del LL. In altre parole rappresenta il valore e

lo status della lingua come percepita dai membri della comunità parlante<sup>27</sup> evidenziando talvolta dinamiche di in-group e out-group.<sup>28</sup> All'interno del LL, infatti, l'identificazione da parte degli individui appartenenti ad una zona urbana, ha valore e conseguenze molto importanti. In primis si innesca un meccanismo di legittimazione e giustificazione che porta le persone a ritenere che la propria lingua, rappresentata anche nelle traduzioni presenti nel LL, abbia un valore maggiore rispetto alle altre assenti. Così facendo, attraverso questo meccanismo di inclusione (in-group) i parlanti rafforzano la propria identità etnolinguistica.<sup>29</sup> Quindi è possibile cogliere la dimensione identitaria ed etnica di un determinato linguaggio e, soprattutto, le ripercussioni che le scelte dietro alla costruzione del LL hanno sugli attori sociali.

Entrambe le funzioni sono ovviamente delle costruzioni create e rintracciate a posteriori dai ricercatori che hanno capito quanto fertile ed utile sia l'analisi del LL. Sarebbe impensabile ritenere che chi partecipa attivamente alla creazione, mantenimento e mutamento del LL sia consapevole delle forti ripercussioni sociologiche e sociolinguistiche che esso ha in ambito accademico. Non bisogna inoltre considerare queste due funzioni come entità indipendenti che si sviluppano su piani paralleli non entrando mai in contatto. Ogni elemento linguistico esposto funge da unità d'analisi e sarà l'interpretazione consapevole dell'attore sociale a riconoscerne le implicazioni. In questi termini si può affermare che esista una relazione bidirezionale e bilaterale tra il LL e il contesto

---

27 GORTER, *Linguistic Landscape: a new approach...*, cit. p. 78

28 I due concetti di "in-group" e "out-group" fanno parte degli studi propri della psicologia sociale che si occupano della teoria dell'identità sociale. Questa teoria venne inizialmente proposta da Tajfel nel 1979 il quale sosteneva che il gruppo al quale le persone appartenevano era considerabile come una fonte importante di identificazione e personificazione. Per gruppo si intende la classe sociale, la famiglia, il vicinato ecc. Da questo progressivo rafforzamento del concetto di gruppo nasce la funzionale divisione tra "noi" e "loro", basata appunto sulla categorizzazione e discriminazione sociale. Quindi appartenere al gruppo "noi", significa essere *in-group*, mentre, al contrario, "loro" sono considerati estranei e diversi, in altre parole *out-group*. L'ipotesi centrale della teoria dell'identità sociale è che i membri in-group tenteranno sempre di discriminare ed emarginare quelli out-group con l'obiettivo di rafforzare la loro immagine e il loro potere simbolico.

29 BOURHIS, LANDRY, *Linguistic Landscape...*, cit., p. 28.

sociolinguistico.<sup>30</sup> Da una parte è possibile notare come il LL rifletta il suo potere e la propria influenza in un determinato contesto urbano. Ciò avviene diversamente in base allo status, alla salienza o alla vitalità di una determinata lingua. D'altra parte è lo stesso LL che contribuisce alla creazione del contesto sociolinguistico: gli individui facenti parte della comunità linguistica, infatti, processano le informazioni evinte dalle iscrizioni visibili nel LL e, in seguito, le normalizzano. Così facendo col tempo la loro percezione del contesto e della lingua stessa viene influenzata.<sup>31</sup>

#### 1.4 Le tre domande

Come già specificato, è impensabile parlare del LL come sistema indipendente o come un prodotto finale estraibile dal contesto che lo circonda. Alcuni precedenti studi, soffermandosi su questi aspetti, hanno presentato una doppia nomenclatura in riferimento: "Linguistic Landscape" e "Linguistic *Landscaping*". In particolare, la ricerca ambientata in India di Itagi e Singh (2002)<sup>32</sup> si focalizza sulla sfumatura che distingue le due diciture. Dasgupta, all'interno dello stesso testo<sup>33</sup>, specifica che è meglio considerare il LL non come qualcosa di completamente determinato e statico, ma come un'attività (umana) del tutto intenzionale, poiché gli attori sociali che vi interagiscono attivamente possono costantemente apportare modifiche o contribuire alla sua costituzione. Il termine in gerundio rimanda quindi a qualcosa di dinamico evidenziando cioè quanto il LL rifletta direttamente tutti quei cambiamenti sociologici, demografici, politici o linguistici. Per questo motivo è essenziale affrontare e comprendere come, analizzare il LL significhi di fatto analizzare i rapporti

---

30 GORTER, *Linguistic Landscape: a new approach...*, cit., p. 67.

31 *Ibidem*.

32 Narasimha Hariyacharya ITAGI, Shailendra Kumar SINGH, *Linguistic Landscaping in India with a particular reference to the New States: proceedings of a seminar*, New Delhi, Mysore: Central Institute of Indian Languages and Mahatma Gandhi International Hindi University, 2002.

33 Probal DASGUPTA, "The public space and the overt imagination", in Narasimha Hariyacharya Itagi, Shailendra Kumar Singh, (a cura di), *Linguistic landscaping in India with particular reference to the new states*, New Delhi, Mysore: Central Institute of Indian Languages and Mahatma Gandhi International Hindi University, 2002, pp. 1–6.

che intercorrono tra il tipo di linguaggio esposto e gli individui (o attori sociali) che ne costituiscono l'ambiente. Coerentemente a tali considerazioni, Backhaus (2006) imposta la sua ricerca su tre domande fondamentali, due delle quali mettono in luce il rapporto tra LL e gli attori sociali. La terza, invece, focalizzandosi sul dinamismo, si interroga sul suo sviluppo e sulla sua mutevolezza. Anche in questa ricerca verranno affrontati questi tre quesiti:

1. Da chi è prodotto il LL?
2. Per chi è prodotto il LL?
3. LL: *quo vadis?*

I primi due interrogativi sono dunque legati a tutte quelle persone che attivamente o passivamente entrano in contatto con il LL. Da un lato abbiamo infatti i "mittenti", ossia chi scrive o espone espressioni verbali in maniera più o meno visibile (quindi chi è responsabile della visibilità di una determinata lingua); dall'altro lato abbiamo invece i "destinatari"<sup>34</sup>, ossia chi si trova ad osservare da spettatore più o meno consapevole il LL. Quest'ultimo deve essere infatti considerato come lo scenario più genuino in cui la vita pubblica della società prende forma e si manifesta.<sup>35</sup> In quanto tale, il LL assurge a ruolo di emblema della società, delle varie comunità o minoranze; coinvolge infatti contemporaneamente corpi istituzionali ma anche singoli individui rispecchiandone direttamente i comportamenti e le attitudini. Ogni individuo, quindi, può partecipare della creazione, del mantenimento o della disgregazione del LL in qualità di elemento della comunità linguistica. Utilizzando il linguaggio, infatti, egli compie un'azione sociale, un'interazione che lo mette in contatto

---

34 Nonostante risulti improprio parlare di "mittenti" e "destinatari" poiché ogni attore sociale partecipa alla costruzione e al mantenimento del LL, questa nomenclatura ci permette di distinguere istintivamente le due parti che ne fanno parte.

35 BEN-RAFAEL, SHOHAMY, HASAN AMARA, TRUMPER-HECHT, "*Linguistic Landscape as...*", cit., p. 8.

con il resto del contesto. Nell'ambito del LL, questa azione sociale è rappresentata dall'utilizzo che si fa del linguaggio e dalle motivazioni che portano un individuo ad esporlo per farlo recepire. Per questo motivo è necessario esprimere alcune considerazioni preliminari riguardanti il valore e la definizione dell'"azione sociale" in quanto fulcro nel discorso sul LL. In "Linguistic Landscape in the City" di Ben-Rafael, Shohamy, e Barni e in "Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: the case of Israel" di Ben-Rafael, Shohamy, Hasam Amara e Trumper-Hecht, vengono presentate quattro diverse tradizioni presenti nella letteratura della sociologia per offrire una panoramica sulle diverse definizioni (e quindi implicazioni) dell'"azione sociale" e, soprattutto, per definire gli approcci più fecondi per l'analisi del LL.

La prima presa in considerazione è quella di Pierre Bourdieu<sup>36</sup>, secondo il quale la società deve essere analizzata in qualità di insieme di campi interconnessi (ma che mantengono comunque una certa autonomia) organizzati da relazioni di potere ineguali. In altre parole ogni campo può influenzare gli altri e, allo stesso tempo ne subisce l'influenza.<sup>37</sup> Secondo questa prospettiva, quindi, dalla gerarchia dei gruppi sociali deriva una sorta di gerarchia dei codici verbali utilizzati nel LL. Ciò significa che attori sociali "più forti" possono avere un impatto e una rappresentazione determinante nel LL. Inoltre, questa interpretazione risulta funzionale alla comprensione dei due diversi flussi autori del LL: *top-down* e *bottom-up*. Questo principio di strutturazione trapela quindi nella capacità (degli autori del primo gruppo) di imporre limitazioni agli attori sociali più deboli (appartenenti al secondo) controllando le caratteristiche degli elementi del LL.<sup>38</sup> La seconda definizione utilizzata è

---

36 Pierre Bourdieu (1930-2002) fu un sociologo, antropologo, filosofo e accademico francese noto per la sua teorizzazione del concetto di "campo" in ambito sociologico ed antropologico. Contribuì anche al progresso dello studio sulle dinamiche sociali, in particolar modo su come i singoli individui interiorizzino e riproducano la cultura dominante (doxa). Le opere che sono state prese in considerazione per l'analisi dell'azione sociale sono: "La Distinction: critique sociale du jugement" (1983) e "The field of cultural production: essays on art and literature" (1993).

37 BEN-RAFAEL, SHOHAMY, HASAN AMARA, TRUMPER-HECHT, "Linguistic Landscape as..." , cit., p. 9.

38 Elana SHOHAMY, Elizer BEN-RAFAEL, Monica BARNI. *Linguistic Landscape in the City*, Bristol, Multilingual matters, 2010, p. XVII.

quella di Ervin Goffman<sup>39</sup>, il quale attribuisce al comportamento degli individui la necessità di sapersi presentare e mostrare intendendo quindi l'azione sociale come la rappresentazione della percezione dell'individuo in un determinato contesto. Questo atteggiamento si riflette ineluttabilmente nelle attitudini verbali delle persone che, attraverso scelte linguistiche comuni fomentano le primordiali dinamiche di in-group e out-group.<sup>40</sup> Il LL può essere considerato quindi come un mezzo per comprendere come i marcatori identitari siano riflessi nelle scelte linguistiche e, soprattutto, come i diversi individui (o le diverse categorie) reagiscono di fronte alle varie rappresentazioni linguistiche. Considerato l'ingente numero di fruitori o passanti si può affermare con certezza che le percezioni dei singoli sono estremamente diversificate ed eterogenee.<sup>41</sup>

La terza prospettiva presa in considerazione è quella di Raymond Boudon<sup>42</sup> secondo il quale le azioni individuali sono motivate e determinate dall'interesse che il singolo ha nel raggiungere un determinato obiettivo. Per questo motivo il LL potrebbe essere considerato come l'espressione delle singole volontà e dei singoli interessi degli individui<sup>43</sup> che, in costante competizione per il raggiungimento di obiettivi simili, tendono ad entrare in conflitto per attirare l'attenzione dei passanti. Infine bisogna considerare la prospettiva dell'identità collettiva, intesa come la conseguenza di processi complessi in cui le aspettative dei singoli individui si possono riconoscere in essa, ma, al tempo stesso, con essa possono entrare in contrasto. Nell'ambito del LL ciò significa che gli

---

39 Erving Goffman (1922-1982) fu un sociologo canadese che contribuì profondamente alla ricerca riguardante l'interazione sociale, intesa come simbolica. Secondo Goffman è fuorviante considerare la società come un unico e solido insieme in cui ogni individuo adotta stessi codici comportamentali e di interazione; al contrario bisogna frammentare i diversi contesti che costituiscono la società per cogliere i diversi rapporti interpersonali che si creano. Le opere che sono state prese in considerazione per l'analisi dell'azione sociale sono: "Behavior in public places" (1963) e "Forms of talk" (1981).

40 BEN-RAFAEL, SHOHAMY, HASAN AMARA, TRUMPER-HECHT, "Linguistic Landscape as...", p. 9.

41 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI. *Linguistic Landscape...*, cit., p. XVIII.

42 Raymond Boudon (1934-2013) è stato un sociologo francese noto per aver contribuito allo sviluppo della ricerca sulla metodologia delle scienze sociali e tra gli esponenti più importanti della "sociologia quantitativa". Rifacendosi a Weber si soffermò sulla sociologia dell'azione, e sullo studio delle "buone ragioni", considerandole come un paradigma per lo studio delle scienze sociali.

43 BEN-RAFAEL, SHOHAMY, HASAN AMARA, TRUMPER-HECHT, "Linguistic Landscape as...", p. 10.

elementi che lo compongono agiscono da marcatori d'identità testimoniando il legame che unisce in maniera aprioristica gli individui alle determinate categorie.<sup>44</sup>

Le quattro teorie brevemente rappresentate servono a proporre una panoramica di come può essere analizzato ed interpretato il LL: in termini di relazioni di potere (approccio bourdieusiano), di auto-rappresentazione (approccio goffmaniano), di "buone ragioni" (approccio boudoniano) o di identità collettiva.

È fuori discussione che i sopracitati principi, sebbene a tratti divergenti, non possano escludersi vicendevolmente ma anzi possono collaborare ad una comprensione più esauriente possibile della complessità del LL.

Servono inoltre ad evidenziare nuovamente come lo spazio (simbolico e non) costruito dal LL sia una proiezione simbolica degli atteggiamenti individuali e, se si considera l'elevato numero di interazioni interpersonali, potremmo asserire che le varie motivazioni dietro alle azioni e attività sociali costituiscono la spinta per la creazione e lo sviluppo dinamico del LL. Per questo motivo è essenziale analizzare le modalità, le motivazioni e l'intensità delle spinte che muovono gli individui verso l'auto-rappresentazione nell'ambito del LL. Non va trascurata soprattutto la componente visiva, ossia la consapevolezza dell'esposizione pubblica di segni, cartelloni o iscrizioni in quanto punto di incontro tra sfera privata e pubblica.

#### *1.4.1. Da chi è prodotto il LL?*

Per analizzare *chi produce* il LL è necessario introdurre una questione metodologica riguardante la categorizzazione dei segni linguistici. Nelle varie ricerche questa classificazione ha subito variazioni nella nomenclatura ma non nel criterio dicotomico che ne è alla base: la distinzione tra segni ufficiali

---

<sup>44</sup> SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI. *Linguistic Landscape...*, cit., p. XX.

e non ufficiali. Mentre Leclerc (1989)<sup>45</sup> parla di segni privati opposti a quelli governativi, Calvet (1994)<sup>46</sup> distingue unità d'analisi amministrative "in vitro" e non amministrative "in vivo". Scollon e Scollon (2003)<sup>47</sup> classificavano i campioni raccolti in "segni municipali" e "segni commerciali"; ancora, Ben Rafael (2004, 2006)<sup>48</sup> distingue gli oggetti analizzati in segni "top-down" e "bottom-up".<sup>49</sup> In ogni caso è evidente che questa distinzione avviene a posteriori, ossia a campioni raccolti: questo tipo di classificazione qualitativa, infatti, non può avvenire nella prima fase, quella empirica di osservazione e catalogazione. Nonostante sia talvolta possibile intuire la provenienza di determinate iscrizioni anche solo visivamente<sup>50</sup>, la distinzione "top-down" e "bottom-up"<sup>51</sup> avviene in una fase successiva. Questa questione metodologica verrà approfondita più avanti, nell'analisi degli stadi di analisi del LL.

All'interno del gruppo "mittenti" è possibile quindi rintracciare due poli spinti da moti opposti ma che collaborano inconsapevolmente al mantenimento di un contesto multilingue. Talvolta gli elementi *top-down* e *bottom-up* sono molto simili e, quindi, contribuiscono alla creazione di un LL consistente e coerente. In altri casi, invece, c'è discordanza tra i due tipi di linguaggio e ciò provoca ad una sorta di incoerenza nel LL. La divergenza tra elementi *top-down* e *bottom-up* è spesso causata dalle esigenze politiche; le iscrizioni governative, però, possono non riflettere la natura

---

45 Jacques, LECLERC, *La Guerre Des Langues Dans L'affichage: Essai*. Montréal, VLB, 1989.

46 Jean Louis, CALVET, *Les Voix De La Ville: Introduction À La Sociolinguistique Urbaine*, Parigi, Éditions Payot & Rivages, 1994.

47 SCOLLON, SCOLLON, *Discourse in Place...*

48 BEN-RAFAEL, SHOHAMY, HASAN AMARA, TRUMPER-HECHT, "Linguistic Landscape as...".

Eliezer BEN-RAFAEL, Elana SHOHAMY, Muhammad HASAN AMARA, Nira TRUMPER-HECHT, *Linguistic Landscape and Multiculturalism: A Jewish-Arab Comparative Study*, Tel Aviv, Tel Aviv University, 2004.

49 BACKHAUS, *Linguistic Landscapes: A Comparative...*, cit., p. 57.

50 Gli elementi "top-down" e "bottom-up" non solo differiscono dal punto di vista semantico ma, spesso, anche visivamente, ossia nella scelta del font o della collocazione spaziale. Talvolta è possibile intuirne l'origine anche confrontando e comprendendo la traduzione che costituiscono.

51 D'ora in avanti verrà utilizzato questo tipo di dicitura.

multilingue di un determinato contesto (più frequentemente espressa negli elementi *bottom-up*).<sup>52</sup>

Le esigenze e le modalità delle due parti sono sostanzialmente diverse e questo è evidente non solo dal punto di vista qualitativo, ma anche da quello quantitativo. A prescindere dalla provenienza delle iscrizioni, però, resta un interrogativo interessante riguardante il legame tra il tipo di lingua utilizzata e il *background* linguistico dell'agente. In altre parole il collegamento immediato che viene fatto dai "destinatari" del LL è che la lingua (o le lingue) utilizzata in un determinato contesto implichi direttamente che chi ha prodotto l'iscrizione abbia qualcosa a che fare con quella lingua.<sup>53</sup> Ciò però non è sempre vero; se infatti talvolta è possibile riscontrare un'effettiva coerenza tra le scritte esposte e il *background* linguistico<sup>54</sup>, talvolta la scelta di utilizzare una lingua al posto di un'altra è solo il risultato della preferenza arbitraria dell'agente. Il valore indicale di una lingua mette infatti in relazione il segno alle circostanze che lo hanno portato ad essere collocato in un luogo preciso.

I segni "*top-down*" sono prodotti dagli organismi pubblici come ad esempio quelli governativi o municipali. In altre parole si parla soprattutto di iniziative promosse e finanziate da politici o da personale amministrativo pubblico.<sup>55</sup> Appartengono a questo gruppo, quindi, i cartelli o le insegne pubbliche che contengono indicazioni stradali o riguardanti sedi amministrative della città<sup>56</sup>, traduzioni di nomi di piazze, strade o monumenti o, ancora, avvisi sulle norme comportamentali da tenere all'interno di un determinato spazio. La quantità, la regolarità e la distribuzione di questo tipo di elementi hanno valore e funzionalità simboliche ben precise: la distribuzione geografica di un certo tipo di linguaggio (a differenza degli altri appartenenti al LL), incide fortemente sulla sua visibilità. Come già spiegato, la visibilità è uno strumento molto importante per la sopravvivenza e

---

52 BOURHIS, LANDRY, *Linguistic Landscape...*, cit., p. 27.

53 BACKHAUS, *Linguistic Landscapes: A Comparative...*, cit., p. 58.

54 Nello studio di Calvet (1990) è stato riportato l'esempio delle iscrizioni cinesi a Parigi. In questo caso le insegne scritte in cinese fuori dai negozi avevano la funzione di indicare il "*background* cinese" di quell'attività.

55 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI. *Linguistic Landscape...*, cit., p. XVII.

56 Come ad esempio le indicazioni stradali per raggiungere ospedali, farmacie, stazioni di polizia, università, stazioni della metropolitana, parcheggi o la sede comunale di una città.

la supremazia di una comunità etnolinguistica. La distribuzione spaziale di una determinata lingua, presente nelle insegne *top-down*, è la conseguenza dell'autorità e del potere degli enti pubblici o governativi. Utilizzare una determinata lingua all'interno di un cartellone o di un'insegna che sarà esposta ripetutamente nelle zone più frequentate di una città ha, infatti, le sue conseguenze. Quella lingua assumerà al ruolo simbolico di lingua "dominante" e, di conseguenza, apparirà gerarchicamente superiore rispetto alle altre per l'implicita premessa di avere un numero maggiore di parlanti. Il risultato diretto della prevalenza di una lingua negli elementi *top-down* del LL è quindi la creazione e il mantenimento dello status di lingua più vitale. Dal punto di vista qualitativo è interessante anche notare che, in base alla funzione affidata ad un tipo di lingua, questa assumerà diverso valore e prestigio simbolico. Chi appartiene alla comunità etnolinguistica dominante percepisce questa supremazia attraverso la dinamica di *in-group* (di inclusione) e la prevalenza della propria lingua all'interno di questo tipo di iscrizioni può incoraggiare i membri del gruppo etnolinguistico ad usare più spesso e in molteplici contesti la propria lingua.<sup>57</sup> Così facendo, si innesca un meccanismo che porta al progressivo rafforzamento di una data comunità.

Un altro effetto delle decisioni riguardanti la scelta linguistica nei segnali *top-down* è la creazione di quello che può essere definito un "paradigma comportamentale". Poiché questo tipo di segnali è maggiormente controllato dalle autorità rispetto quelli *bottom-up*, sarà anche più facile dare vita ad un modello coerente e organizzato di LL. La panoramica fornita dall'analisi qualitativa dei segnali *top-down*, sebbene non ci permetta di cogliere la totalità delle interazioni legate al LL, evidenzia i rapporti di potere che fanno da sfondo alle decisioni stilistiche e linguistiche riguardanti le iscrizioni e i segnali. Queste osservazioni sono molto importanti perché mettono in luce le ideologie e le manovre politiche di una determinata zona in un preciso momento storico. Dal punto di vista

---

<sup>57</sup> BOURHIS, LANDRY, *Linguistic Landscape...*, cit., p. 29.

sincronico, quindi, i segnali *top-down* hanno valore indicale in quanto espressione del processo di costruzione di un modello linguistico e, conseguentemente, identitario. Lo studio di Theodorus du Plessis<sup>58</sup>, ambientato in Sudafrica, ad esempio, mette in luce proprio questo aspetto. I risultati ottenuti hanno infatti dimostrato che il processo di standardizzazione linguistica si riflette sulla composizione del LL. In altre parole un cambio di regime (nel caso specifico si parla della zona dopo l'apartheid) determina anche una mutazione del e nel LL che quindi diventa il massimo indicatore della trasformazione politica.<sup>59</sup> Bisogna specificare che, nonostante si parli di "imposizione dall'alto", tendenzialmente non si ha a che fare con forze coercitive che controllano in maniera diretta e invasiva i comportamenti linguistici dei restanti attori sociali. Per quanto riguarda il LL, infatti, non esistono leggi che formalmente specifichino una condotta riguardante stile o registro linguistico; tantomeno sono presenti norme che regolino la scelta di quale tipo di lingua (o lingue) utilizzare all'interno di un segnale. Questo tipo di decisioni è quindi del tutto arbitraria ma, come già specificato, avendo possibilità di essere più frequenti e visibili, costituiscono uno strumento di imposizione "obliqua" e indiretta sui comportamenti linguistici delle persone. È possibile infatti cogliere questo riflesso negli atteggiamenti e nelle rappresentazioni linguistiche e in come gli attori sociali decidono di immedesimarsi e ritrovarsi in questi paradigmi. In altri casi si può assistere ad atteggiamenti del tutto opposti, rappresentati da distacco e ribellione nei confronti di questi modelli linguistici. Oltre alle questioni riguardanti lo stile o il registro adottato, è rilevante notare come i segnali *top-down* possono essere funzionali ai fini di una ricerca sulla composizione

---

58 Theodorus DU PLESSIS, "The role of policy in linguistic landscape changes in a rural area of the Free State Province of South Africa", *Language Matters*, 43, 2, 2012, pp. 263-282. Theodor Du Plessis aveva spesso analizzato la questione del ruolo che ha la politica nel processo di creazione e cambiamento del LL, in questo specifico articolo egli mette in luce il destino delle minoranze linguistiche di fronte ai violenti provvedimenti politici.

59 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI. *Linguistic Landscape...*, cit., p. XXI.

etnolinguistica<sup>60</sup> e sui rapporti gerarchici tra le varie comunità entro una determinata zona urbana. Come già specificato, la presenza di una lingua all'interno di cartelli o segnali determina un senso di appartenenza e partecipazione da parte degli attori sociali. Allo stesso tempo, però, ciò può evidenziare un processo da parte delle autorità mirato alla predilezione di una comunità etnolinguistica nei confronti delle altre. In casi analoghi a quelli della presente ricerca, dove risulta fuori luogo parlare di comunità o minoranze etnolinguistiche, la scelta di una o più lingue a sfavore di altre è legata alla consistenza e all'incidenza di un determinato tipo di turismo. Questo aspetto riguarda però i "destinatari" del LL, quindi verrà approfondito nella sezione seguente.

I segnali *bottom-up* hanno origine, autore e diffusione diversa dai precedenti. Fanno parte di questo gruppo cartelloni pubblicitari esposti fuori da attività commerciali e negozi, insegne pubblicitarie o volantini attaccati su mezzi di trasporto pubblici o su veicoli privati.<sup>61</sup> I segnali *bottom-up* presentano inoltre un'eterogeneità linguistica maggiore rispetto a quelli *top-down* e, proprio per questo motivo, molto spesso queste insegne vengono considerate come indicatori effettivamente realistici della situazione linguistica di un determinato territorio. Ne deriva un'estrema eterogeneità ed indipendenza nell'impostazione di questi segnali in quanto è intenzione e iniziativa del privato creare insegne visibili ed affabili. Questo perché la motivazione principale che porta, ad esempio, un negoziante ad esporre fuori dalla propria attività un cartello bilingue o multilingue è, in primo luogo, di natura commerciale. Rendere quindi comprensibile ad un numero elevato di persone il tipo di offerta o servizi fruibili all'interno del negozio fa sì che questo sia più frequentato diventando conseguentemente anche più popolare. In una zona urbana in cui si concentrano molte attività commerciali simili (come ad esempio bar, ristoranti o altre attività di ristoro), la competizione si fa

---

60 Come specificato da Bourhis e Landry, però, l'eterogeneità linguistica di un posto è maggiormente rappresentata dai segnali *bottom-up*.

61 BOURHIS, LANDRY, *Linguistic Landscape...*, cit., p. 26.

maggiore e diventa necessario trovare espedienti che riescano a colpire i passanti.<sup>62</sup> I commercianti, dovendo approcciarsi ad un pubblico di passanti sempre più sottoposto all'esposizione visiva del linguaggio, devono pur sempre rispettare la sensibilità, i gusti o i valori<sup>63</sup> dei destinatari del LL. Oltre al tipo di lingua (stile e registro) utilizzata, quindi, diventa preponderante anche l'arrangiamento stesso dell'insegna. In base ai fini e alle motivazioni degli agenti, infatti, i segnali possono essere sistemati e adattati diversamente. Le preferenze personali, le tendenze e gli stili del momento, le abbreviazioni e innovazioni linguistiche, l'utilizzo di prestiti e neologismi influenzano la scelta circa la grandezza, il font o il colore delle iscrizioni.<sup>64</sup>

#### 1.4.2 *Per chi è prodotto il LL?*

Dopo aver evidenziato quanto sia importante il ruolo dei "mittenti" nel processo di costruzione del LL e, conseguentemente, dello spazio pubblico e comune, è necessario soffermarsi sulla percezione che i "destinatari" (o passanti) hanno delle varie iscrizioni linguistiche. Il ruolo del lettore o fruitore del LL è di fondamentale importanza se si considera la preponderanza che la composizione multietnica e multilinguistica ha nel processo decisionale circa la scelta della lingua utilizzata nei cartelli esposti. In altre parole è implicito che il criterio decisionale sulla composizione del LL ricada su considerazioni aprioristiche che si articolano tra domande quali "A chi rivolgo questa iscrizione?", "A chi voglio o devo rendere comprensibile il mio messaggio" e, conseguentemente, "Perché è necessario inserire ed esporre questa traduzione?". In alcuni studi precedenti, però, è stato fatto notare come talvolta un LL multilingue non implichi una semplice serie di traduzioni dello stesso testo. Nella sua ricerca, Backhaus, riporta l'esempio del LL della città Lira (Uganda) in cui coesistono

---

62 Interpretazione boudoniana.

63 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI, *Linguistic Landscape...*, cit., p. XVII.

64 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI, *Linguistic Landscape...*, cit., p. XV.

in maniera pressoché coerente la lingua ufficiale (Lwo, Luo) e l'inglese. In questo caso i segni bilingue implicano un lettore bilingue, in quanto non rappresentano una diretta e mutua traduzione ma, al contrario, offrono informazioni e contenuti diversi. Questo esempio risulta un indicatore importante di come il mittente si muove di fronte alla produzione del LL: le iscrizioni in lingua Lwo, infatti, sono linguisticamente più complesse e ciò implica una maggiore conoscenza e abilità linguistica da parte della popolazione, offrendoci dunque uno spaccato dello status quo linguistico della città.<sup>65</sup>

È necessario fare alcune precisazioni circa la definizione e la definibilità di questi "destinatari", enucleando alcune considerazioni e distinzioni in base alla loro posizione all'interno di quel determinato contesto sociale. La prima distinzione è di natura dicotomica e vede da un lato gli abitanti autoctoni, ossia tutti coloro i quali parlano, come lingua madre, la lingua del posto; dall'altro lato esistono invece tutti quegli attori sociali che hanno una lingua madre diversa dagli altri. Questa seconda categoria può a sua volta dividersi in alcuni sottoinsiemi. Chi non parla la lingua del posto può infatti essere un cittadino straniero con o senza cittadinanza<sup>66</sup> la quale permanenza in una determinata zona o città è abbastanza prolungata. In questo caso è probabilmente presente l'intenzione o la necessità di interagire con il tessuto urbano autoctono che si concretizza con il tentativo di acquisire la lingua del posto. Sono sempre più numerose le città che presentano un gran numero di minoranze o comunità etnolinguistiche che, pur mantenendo una propria ed indipendente identità linguistica, sentono la necessità integrarsi e quindi decidono di acquisire la lingua del posto.

---

<sup>65</sup> BACKHAUS, *Linguistic Landscapes: A Comparative...*, cit., p. 59.

<sup>66</sup> In questa categoria rientrano sia cittadini immigrati, richiedenti asilo, studenti, lavoratori o volontari che partecipano a progetti di scambi internazionali.

Differisce da questo caso un altro sottoinsieme appartenente alla categoria degli individui non autoctoni: i turisti. Per quanto riguarda questa categoria, che sarà oggetto di questa ricerca e di questo caso studio, bisogna esprimere alcune considerazioni. Molte sono infatti le differenze attitudinali e comportamentali riscontrabili tra un cittadino straniero e un turista come, ad esempio, la permanenza nel luogo di interesse, gli intenti e le modalità che portano un individuo a spostarsi in un contesto in cui è parlata una lingua diversa dalla propria.<sup>67</sup> Questo argomento verrà approfondito in seguito, quando sarà presentato lo specifico caso studio della ricerca.

L'aspetto che va successivamente preso in considerazione è l'eterogeneità con cui le iscrizioni, i cartelli o le indicazioni vengono percepite e capite. La "folla" dei passanti è, come già precisato, estremamente variegata e, anche per questo motivo, è impensabile stilare e concepire un processo mentale unico per il quale un individuo riesca a cogliere il messaggio presente su un'insegna esposta lungo la strada. Numerosi studi sulla psicologia sociale hanno infatti dimostrato come la percezione individuale (in questo caso del LL) possa essere influenzata da pregiudizi sociali, convinzioni aprioristiche o, ancora, semplici variazioni interpretative cognitive.<sup>68</sup> Ciò significa che, considerato il grande numero di categorie di individui che si ritrovano ad interagire con il LL, altrettanto numerose saranno le interpretazioni che verranno prodotte. A queste considerazioni si somma anche la possibilità che i passanti non percepiscano affatto gli elementi che compongono il LL; può infatti capitare che gli individui (soprattutto i residenti autoctoni) non si accorgano delle iscrizioni che li circondano, essendone già assuefatti o semplicemente non necessitando delle

---

<sup>67</sup> Per questa ricerca mi concentrerò sul turismo internazionale, per questo motivo considero implicito il fatto che un turista, nella maggior parte dei casi, non conosca la lingua del posto in cui si reca. Ovviamente il caso è completamente diverso se si pensa al turismo nazionale o interno, in cui turista e residente autoctono parlano la stessa lingua.

<sup>68</sup> SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI. *Linguistic Landscape...*, cit., p. XVIII.

informazioni ivi esposte. Questo tipo di eterogeneità è ben presentato da Shohamy, Ben-Rafael e Barni; infatti:

But how much are the inhabitants of this linguistic landscape aware of the language(s) that surrounds them? The average passer-by may not notice the presence of the language used on fire alarm signs or rubbish containers, even if the signs on these and other common objects are plentiful. Billboards and store fronts with advertisements for products may attract some attention as they try to persuade costumers to buy the products. Tourists may be expected to pay more attention to signs, such as street names or direction signs, which provide them with relevant information. The public space will be experienced differently by different groups and individuals whose history or social positions differ (Lefebvre, 1991). The knowledge of languages and attitudes toward different languages may mediate in the way different groups perceive the linguistic landscape (Landry & Bourhis, 1997: 25).<sup>69</sup>

Le relazioni tra il lettore e il LL possono essere dunque molteplici e confermano nuovamente la necessità di non considerare questa area di studi come qualcosa di fisso e statico. Questa ricerca tratterà in maniera esclusiva del caso della città di Venezia dove il LL è plasmato sulle esigenze commerciali dei residenti e, quindi, a scopi turistici. Il destinatario del LL sarà quindi il turista e, anche in questo caso, dovranno essere presentate alcune considerazioni circa l'eterogeneità di questo fenomeno.

---

69 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI, *Linguistic Landscape...*, cit., p. 219.

### 1.4.3 LL *quo vadis?*

Questa terza ed ultima domanda si basa su un approccio diacronico dello studio del LL. In altre parole l'interesse di Backhaus si sposta su quanto le scelte e le rappresentazioni linguistiche in un contesto urbano siano in grado di rappresentarne lo sviluppo storico, culturale o demografico. Come già ampiamente specificato, il rapporto tra linguaggio e situazione socio-demografica è alla base non solo di qualsiasi presupposto teorico, ma anche di ogni metodologia euristica che intenda indagare sulle loro reciproche influenze. Sulla base di ciò non è inoltre infondato servirsi del LL come un indicatore per comprendere in che modo lo stile e le modalità linguistiche, rispecchiando i gusti degli attori sociali del periodo, possano esprimere direttamente i cambiamenti politici ed economici di una determinata zona.

In un contesto multilingue l'osservazione diacronica del LL ci può mostrare l'intrinseca instabilità del contatto linguistico che vi ha luogo.<sup>70</sup> Nel tempo, infatti, non solo cambia la provenienza delle lingue che si trovano a coesistere nello stesso luogo, ma variano anche modalità di interazione tra di esse. Conseguentemente avremo un LL più eterogeneo con forme di rappresentazione linguistica mutate, multimodali. Nel riconoscimento dei limiti del lavoro di Bouhris e Landry, infatti, è già stato specificato come, nella nostra contemporaneità, bisogna tener conto dello sviluppo digitale nelle comunicazioni, considerando come unità d'osservazione non solo le sei categorie proposte dagli autori. Ciò significa che il modo di mostrare ed esporre il linguaggio verbale passa per canali sempre nuovi e diversi. Quindi, in aggiunta a ciò che è stato proposto da Backhaus, non sembra fuori luogo convenire che, oltre alle scelte linguistiche, anche le modalità espressive, analizzate in chiave

---

<sup>70</sup> BACKHAUS, *Linguistic Landscapes: A Comparative...*, cit., p. 59.

diacronica, possono rappresentare lo sviluppo della condizione linguistica di una determinata area urbana.

I tre interrogativi proposti e affrontati ricalcano il lavoro di Backhaus e contribuiscono a creare una visione completa e coerente sia a livello epistemologico che metodologico. Per quanto concerne questa ricerca, che si basa su uno studio sincronico del LL, l'ultima domanda offre ugualmente spunti di riflessione sebbene poggia su criteri diacronici, suggerendo come sia impensabile configurare il LL come un prodotto statico e atemporale.

## 1.5 LL e la città

Secondo Backhaus, il LL è il punto focale dei due marcatori essenziali di identità etnica: il linguaggio e il luogo.<sup>71</sup> Considerare infatti le insegne esposte in maniera dissociata dal contesto in cui esse vengono ubicate, non avrebbe senso e, anzi, risulterebbe estremamente complicato se si considera il rapporto indissolubile tra linguaggio e luogo. Infatti, il valore indicale del linguaggio negli spazi pubblici non si riferisce soltanto al significato che quel luogo conferisce a quel segno ma, allo stesso tempo, possiamo sostenere che è lo stesso linguaggio pubblico a conferire un significato ad un determinato luogo. Da queste premesse è chiara l'imprescindibilità delle due componenti all'interno dell'analisi del LL. Come specificato da Ron Scollon e Suzie Wong Scollon, infatti:

Whether a sign is an icon, a symbol, or an index, there is a major aspect of its meaning that is produced only through the placement of that sign in the real

---

<sup>71</sup> BACKHAUS, *Linguistic Landscapes: A Comparative...*, cit., p. 55.

world in contiguity with other objects in that world. This is the focus of the field of geosemiotics.<sup>72</sup>

Scollon e Scollon confermano l'indissolubilità del rapporto tra luogo e linguaggio notificando come il processo di rappresentazione e significazione passi necessariamente per il tipo di paradigma e forma mentis presente in un determinato contesto. Ciò significa che il riconoscimento del valore di un determinato segno linguistico è determinato anche dalla collocazione di questo e dalla sua relazione con l'ambiente semiotico, creato e percepito dagli attori sociali. Quindi, la lettura socio-linguistica di uno spazio è dettata dalla precedente collocazione materiale del linguaggio (attraverso, appunto, cartelloni pubblicitari, insegne, traduzioni o iscrizioni esposte e visibili). Lo spazio diventa perciò non solo un luogo di contestualizzazione linguistica guidata dall'interpretazione ma, allo stesso tempo, un punto di partenza per la formulazione di significati che trova la sua forza nelle interazioni create dalle attività umane. Come notificato anche da Shohamy, Ben-Rafael e Barni (2010), infatti:

[...] language facts which landmark the public space are social facts that, as such, relate to more general social phenomena. In this light, the study of LL focuses on the articulation by actors of the linguistic symbols that mould the public sphere.<sup>73</sup>

Il "fatto linguistico", inteso come il riflesso del "fatto sociale" crea quindi lo spazio simbolico dal quale, allo stesso tempo, attinge il significato.

---

<sup>72</sup> SCOLLON, SCOLLON, *Discourse in Place...*, cit., p. 30.

<sup>73</sup> SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI. *Linguistic Landscape...*, cit., p. XIV.

Per spazio pubblico si intende l'insieme di luoghi di passaggio e di incontro (come strade, piazze, parchi, stazioni o edifici) all'interno dei quali la comunità o la collettività ha modo di interagire e incontrarsi. Tutto ciò che è esposto e visibile va a comporre la sfera pubblica e, conseguentemente con le crescenti influenze della globalizzazione e della società di massa, il concetto di spazio pubblico coincide spesso con quello di area commerciale e cosmopolita. Il suo fulcro è il centro, ossia il luogo in cui si concentrano più strade, negozi o piazze e dove conseguentemente si recano più persone. Da un punto di vista più descrittivo, il centro è quella sezione urbana in cui sono maggiormente diffuse attività commerciali, supermercati, uffici, bar, biblioteche o sedi di associazioni che attraggono un elevato numero di persone non solo provenienti da zone periferiche ma anche da altre città (ne sono un esempio i flussi turistici).

All'interno della definizione di area urbana possono essere rintracciate numerose variabili che contribuiscono alla classificazione e alla catalogazione degli spazi pubblici come, ad esempio, la consistenza delle interazioni e relazioni che si possono creare, la facilità con la quale queste relazioni possono avere luogo o, infine, il modo di influenzarsi e convivere dei diversi gruppi sociali che ne fanno parte.

Le ricerche più recenti mostrano come gli spazi urbani possano offrire una chiave di lettura interessante e significativa nell'interpretazione delle dinamiche linguistiche contemporanee. Se infatti considerassimo il contesto urbano come un palcoscenico in cui sono presenti allo stesso tempo sia le rappresentazioni linguistiche strumentalizzate dalle riforme politiche, sia le spinte dal basso delle comunità di immigrati che continuano ad utilizzare la propria lingua, potremmo riconoscere che questi luoghi pubblici sono delle vere e proprie vetrine nelle quali le manifestazioni linguistiche sono lo specchio delle dinamiche sociali. Lo spazio pubblico ci offre quindi la possibilità di visionare e cogliere la consistenza delle interazioni linguistiche, culturali e sociali tra le diverse

comunità che vi risiedono. Ovviamente alcune considerazioni circa il tipo di spazio pubblico sono fondamentali ai fini dello studio del LL. Certe ricerche hanno preso in considerazione solo determinate parti di città come ad esempio strade sulle quali affacciano attività commerciali gestite da persone dalla diversa etnia; in altri casi sono stati analizzati diversi quartieri multietnici o, addirittura, intere città. In questo ultimo caso (che rappresenta anche il mio caso studio) diventa preponderante la "classificazione" della città presa in analisi. La sua grandezza, la rilevanza delle minoranze etniche al suo interno, le politiche locali sull'immigrazione e l'integrazione o, ancora, la sua tradizione linguistica. Per quanto riguarda la prima variabile (la grandezza della città), alcuni studi hanno dimostrato che nelle grandi città sono presenti due poli opposti concernenti l'attività linguistica. Da una parte abbiamo una tendenza al monolinguisimo, in maniera proporzionata alla forza e all'autorità che il centro della città ha nella rappresentazione del modello linguistico. In altre parole più la lingua del posto è considerata come un requisito fondamentale ai fini comunicativi, più essa assumerà al ruolo di lingua potente e superiore. Dall'altra parte abbiamo la più ovvia tendenza al plurilinguismo, se si considera la quantità di interazioni e la consistenza di contatti linguistici che ha luogo nelle città.

È necessario quindi considerare le città come complesse articolazioni di spazi i quali ereditano il loro significato, sviluppo e declino da un'enorme quantità di fattori interdipendenti. Città e spazi urbani sono importantissimi campioni d'analisi per l'osservazione della vitalità linguistica, delle diverse presenze linguistiche o, ancora, del suo uso e della sua visibilità. Inoltre, se considerassimo anche l'eterogeneità sociale, etnica, religiosa o economica che fa da *background* alla città, non sarebbe sbagliato intendere uno spazio urbanizzato come un complesso "micro mondo", esempio di interazione trans linguistica e trans nazionale. Proprio per questo motivo questi contesti risultano estremamente funzionali al fine di comprendere le dinamiche linguistiche del Ventunesimo secolo.

## 1.6 LL e multilinguismo

Molti sociologi e linguisti si sono concentrati sul rapporto tra lo studio del LL e quello del multilinguismo all'interno di spazi e contesti urbani. Per definizione, infatti, il multilinguismo è quel concetto che va inteso come la capacità della società, delle istituzioni, dei gruppi sociali o degli individui stessi di interagire in spazi comuni utilizzando più di una lingua.<sup>74</sup> Il multilinguismo nel LL ai quali si riferiscono gli studiosi rimanda direttamente ad un'importante consapevolezza: un contesto multilingue corrisponde necessariamente ad un "lettore" multilingue.

Gorter stesso inizia la sua ricerca partendo dalla definizione di "landscape" evidenziando come il legame tra questo concetto o quello di spazio pubblico sia direttamente legato alle interazioni multilinguistiche; in altre parole mette in relazione la presenza di più lingue (all'interno di uno stesso contesto urbano) con la questione della globalizzazione culturale e la rivitalizzazione delle minoranze linguistiche autoctone:

According to the dictionary, "landscape" as a noun has basically two meanings. [...] In the studies of the linguistic landscape presented here, one can say that both meanings are also used. On the one hand the literal study of the languages as they are used in the signs, and on the other hand also the representation of the languages, which is of particular importance because it relates to identity and cultural globalisation, to the growing presence of English and to revitalisation of minority languages.<sup>75</sup>

---

74 Rita FRANCESCHINI, "Genesis and development of research in multilingualism: Perspectives for future research", In Larissa Aronin, Britta Hufeisen (a cura di), *The Exploration of Multilingualism: Development of Research on L3, Multilingualism and Multiple Language Acquisition*, 2009, pp. 33-34.

75 GORTER, *Linguistic Landscape: a new approach...*, cit., p. 1.

È quindi rilevante inserire lo studio del LL all'interno di un contesto più ampio che tenga conto dei progressivi cambiamenti internazionali e dei flussi umani che si riflettono nell'eterogeneità linguistica, un fenomeno prominente nei nostri tempi. È altresì fondamentale contestualizzare ogni ricerca sul LL in campi di studio più ampi, che ci offrano strumenti metodologici e teoretici per affrontare queste analisi coerentemente con le questioni e le conseguenze linguistiche legate alla globalizzazione.

Con un'analisi del LL è infatti possibile non solo cogliere la presenza, la consistenza e l'incidenza di una determinata lingua all'interno di un contesto urbano ma, come specificato anche da Gorter, anche l'emergere su tutte (e a discapito di altre) di una lingua che assumerà valore gerarchico maggiore. L'inglese, ad esempio, venendo ormai considerata come una lingua franca, affianca qualsiasi indicazione stradale, cartello pubblicitario o insegna pubblica. Così facendo, già da tempo la sua visibilità risulta maggiore rispetto alle altre lingue e, in una relazione di concause, verrà confermato il suo ruolo di lingua superiore. Dal punto di vista quantitativo, come già specificato, la maggior presenza e visibilità determinano una sorta di supremazia prima linguistica poi etnica. Allo stesso modo, anche un'analisi qualitativa dell'utilizzo di una determinata lingua ci può offrire gli strumenti per evincere la vitalità e lo status di una determinata lingua. Analizzare il linguaggio verbale nella sua forma scritta in bacini urbani estremamente fertili per quanto riguarda la coesistenza di diverse etnie e nazionalità ci permette di cogliere in maniera diacronica e sincronica le conseguenze della fusione e interazione linguistica. Rende inoltre evidente le dinamiche dietro il processo di contatto linguistico e, nei limiti del possibile, riesce a prevedere le conseguenze a lungo termine di questa situazione di compresenza linguistica eterogenea.

Un'analisi sul multilinguismo espresso e rappresentato dal LL si può muovere su diversi fronti. Il primo riguarda la quantificazione della presenza di una lingua nel territorio preso in considerazione.

Le informazioni riguardanti il quanto, come e dove è maggiormente presente ci riveleranno indirettamente anche il ruolo che quella lingua ha nel sociale. Inoltre, un'analisi incrociata sulle diverse lingue presenti, basata sui dati raccolti nello stesso periodo (e nella stessa zona), può offrirci una panoramica della situazione multilinguistica. Un altro tipo di ricerca può soffermarsi invece sulla compresenza, all'interno degli stessi cartelli o campioni d'analisi, di più lingue, e di come esse siano disposte o arrangiate. Come già ampiamente ribadito, la visibilità determina e sancisce la "superiorità" di una lingua nei confronti delle altre. Se in un'insegna in cui sono presenti più traduzioni dello stesso concetto una determinata lingua occupa una posizione che la mette meno in evidenza, ciò la svantaggia. Tendenzialmente sono istintivamente più visibili le lingue ritenute più parlate, come ad esempio l'inglese, e che vengono associate ad un gruppo di parlanti maggiore.

Il LL può considerarsi quindi un plesso sociale di tutti gli incontri linguistici che avvengono nella nostra contemporaneità ed hanno luogo tramite la loro rappresentazione visiva e visibile. Essendo quindi un esempio tangibile e concreto di convivenza e sinergia linguistica in spazi pubblici, può offrirci uno spaccato delle modalità con cui il fenomeno del multilinguismo influenza e plasma la nostra quotidianità.

## CAPITOLO 2

### Metodologia e classificazione

Tenendo in considerazione le osservazioni teoriche riguardanti i fondamenti del LL e dell'ambito accademico in può essere collocato, è necessario esporre considerazioni circa gli approcci interdisciplinari e multimodali da adottare per procedere nella ricerca. Come già emerso, negli ultimi anni l'ambito di ricerca del LL si è progressivamente espanso, iniziando ad inglobare regole, approcci e procedimenti sistematici propri di altre discipline (linguistiche e non) con l'obiettivo di creare un corpus metodologico consono allo scopo di soddisfare i molteplici interrogativi dei ricercatori. Basti pensare alle numerose le prospettive teoriche che hanno guidato le precedenti ricerche come, ad esempio, quella etnolinguistica (Landry e Bourhis), quella economica (Cenoz e Gorter), quella sociologica (Ben-Rafael) sociolinguistica (Spolsky e Cooper) o, addirittura, analitica (Scollon e Scollon).<sup>76</sup>

Talvolta, per comprendere meglio il contesto preso in analisi alcuni ricercatori sono ricorsi agli approcci dell'ecolinguistica<sup>77</sup> o agli studi sulle politiche o le pianificazioni linguistiche.<sup>78</sup> Quest'ultimo aspetto è stato recentemente oggetto d'interesse in molti studi che tendono a soffermarsi sul rapporto tra l'influenza esercitata dalla lingua ufficiale e le minoranze linguistiche, evidenziando soprattutto *come* le politiche linguistiche influenzino il LL.<sup>79</sup> Poiché l'interesse di molti

---

76 Le informazioni bibliografiche delle opere alle quali ci si riferisce sono già state esplicitate nel capitolo precedente.

77 Per ecolinguistica (o ecologia linguistica) si intende quella branca della linguistica che utilizza la metafora dell'ecosistema per descrivere la coesistenza di più lingue. Secondo tale disciplina, ad esempio, l'eterogeneità linguistica è sintomo di un contesto sociale fertile e sano.

78 Monica BARNÀ, Carla BAGNA, "The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL", *Linguistic Landscape, An international Journal*, 1, 1-2, 2015, pp. 6-18, p. 12.

79 *Ibidem*. In questo articolo le due autrici citano alcune analisi sul rapporto tra le pianificazioni linguistiche e le minoranze linguistiche e su come, talvolta, le prime non considerino la consistenza delle seconde. Le opere

ricercatori si è recentemente spostato sul ruolo del contesto urbano e sul processo di costruzione simbolica di esso, molti studi hanno dovuto essere integrati (a livello contenutistico e bibliografico) con discipline quali la geografia culturale o la psicologia sociale.

È inoltre importante adottare un approccio inclusivo che prenda in considerazione le componenti della *visual communication* e della *visual perception* come, ad esempio, l'estetica, il design o l'utilizzo di specifici codici. Oltre alle componenti linguistiche bisogna quindi porre l'attenzione anche a quelle extra-linguistiche, per non trascurare alcuni aspetti fondamentali nel processo di percezione, comprensione e assimilazione del segno linguistico. Già attraverso una prima valutazione visiva è infatti possibile cogliere lo status e il valore gerarchico di tale lingua.

La questione metodologica è stata da sempre oggetto di grande interesse da parte dei ricercatori, i quali hanno dovuto confrontarsi con un ambito apparentemente caotico, considerata la vasta eterogeneità che lo contraddistingue. Risulta fondamentale quindi costruire una metodologia che distingua le fasi principali permettendo un'indagine completa ed organizzata del LL: la raccolta degli elementi<sup>80</sup> e la successiva analisi (classificazione, categorizzazione) dei suddetti.

Per quanto riguarda la raccolta degli elementi è necessaria una prima fase di definizione e determinazione teorica dell'unità d'analisi; in altre parole si dovranno stabilire i criteri per individuare l'oggetto da ricercare. Successivamente si potrà procedere con un approccio empirico che consiste nell'osservazione diretta sul campo di tali unità da esaminare<sup>81</sup>.

---

considerate sono: Thomas RICENTO, "Thinking About Language: What Political Theorists Need to Know About Language in the Real World", *Language Policy*, 13, 4, 2014, pp. 351-369; Stephen MAY, "Contesting Public Monolingualism and Diglossia: Rethinking Political Theory and Language Policy for a Multilingual World", *Language Policy*, 13, 4, 2014, pp. 371-393.

<sup>80</sup> In realtà, come verrà specificato successivamente, a sua volta questa fase è preceduta dalla circoscrizione dell'area da analizzare.

<sup>81</sup> D'ora in poi il termine "unità d'analisi" verrà utilizzato in riferimento al cartello o all'elemento fotografato e non, quindi, al segno linguistico nello specifico.

La seconda fase, quella che consiste nell'analisi dei campioni raccolti, varia in base agli scopi della ricerca, e potrà infatti servirsi di un approccio qualitativo, quantitativo o esporre contemporaneamente i due risultati. Va inoltre evidenziato che i metodi e gli strumenti utilizzati per condurre l'analisi possono variare non solo in base agli obiettivi della ricerca, ma anche in base alla diversa impostazione che si vuole dare allo studio preferendo descrivere, ad esempio, una parte specifica del LL.<sup>82</sup> È soprattutto nello sviluppare considerazioni di tipo qualitativo che si rende necessario adottare metodi d'esame propri di altre discipline; già nel catalogare i campioni in questione, infatti, si dovrà far ricorso a strumenti propri della matematica o della statistica. Questo aspetto si rende fondamentale nel momento in cui le domande alle quali rispondere non solo si fanno molto numerose, ma, per propria formulazione e costruzione, richiedono un'esaustività che non può essere ricavata attingendo ad una sola disciplina accademica.

Dal punto di vista metodologico, inoltre, la ricerca deve includere anche una fase preliminare in cui viene affrontato il problema della circoscrizione del contesto esaminato. Successivamente, ai fini di uno studio quanto più trasversale e multidisciplinare possibile, gli elementi raccolti dovranno essere analizzati in maniera incrociata, tenendo cioè conto di diverse variabili. Così facendo, oltre ad una prima panoramica basata sulla classificazione quantitativa e qualitativa, sarà possibile evidenziare quanto il LL sia un plesso di interazioni multimodali dovute dagli scambi sinergici che hanno luogo nel contesto urbano tra i diversi individui.

La costruzione di una metodologia solida non solo offre la possibilità di procedere verso un'analisi coerente e lineare, ma permette la creazione di una ricerca finale che possa al tempo stesso

---

82 BARNA, BAGNA, *The critical turn in LL:...*, cit. p. 7.

configurarsi come uno strumento sociolinguistico per gli studi successivi. In altre parole, creare un'attenta metodologia farà del LL stesso un metodo d'analisi per affrontare future ricerche.<sup>83</sup>

## 2.1 Definire e raccogliere le unità d'analisi

In questo paragrafo verrà affrontato il problema circa la determinazione teorica del contesto da esaminare e dell'unità d'analisi. L'esplicitazione sistematica dei criteri atti alla definizione dei suddetti oggetti di studio sarà funzionale nella fase empirica dove, servendoci di tali categorizzazioni, potremmo svolgere l'attività di raccolta dei dati.

### *2.1.1 Definizione del campo empirico e raccolta delle unità d'analisi*

È molto importante chiarire e circoscrivere preliminarmente i confini e gli spazi entro i quali collocare la ricerca: questa premessa è fondamentale in quanto permette al ricercatore di rimanere focalizzato in una determinata area. Backhaus suggerisce che, per determinare geograficamente l'area da studiare, è utile servirsi di alcuni indicatori d'orientamento come, ad esempio, strade o linee ferroviarie.<sup>84</sup> A tal proposito, però, emerge un altro interrogativo determinante: per quale motivo la zona considerata è ritenuta rappresentativa o importante ai fini della ricerca? Per sopperire a tale necessità molti ricercatori si sono affidati alla definizione di area urbana, già descritta nel momento

---

<sup>83</sup> In linea con la "strumentalizzazione" del LL in chiave metodologica è interessante riportare lo studio svolto da Carla BAGNA, Francesca GALLINA e Sabrina MACHETTI, "L'approccio del Linguistic Landscape applicato alla didattica dell'italiano L2 per studenti internazionali", in Carmel Mary Coonan, Ada Bier, Elena Ballarin (a cura di), *La didattica delle lingue nel nuovo millennio: Le sfide dell'internazionalizzazione*, Venezia, Edizioni Ca' Foscari, 2018, pp. 219-231. In questo saggio le autrici mostrano come, quello del LL, possa essere un approccio interdisciplinare applicabile anche nell'ambito della glottodidattica. Viene infatti dimostrato, con un'analisi qualitativa, come l'apprendimento della lingua L2 (in classi di studenti internazionali di italiano) possa essere stimolato e agevolato dall'osservazione del LL, inteso, in questa accezione, come un vero e proprio manuale didattico.

<sup>84</sup> BACKHAUS, *Linguistic Landscapes:...* cit., p. 61.

in cui sono stati presentati gli elementi costituenti del LL. È quindi utile prendere in analisi le zone in cui si concentrano maggiormente le occasioni di interazione (sociale e linguistica) e in cui sono più frequenti le manifestazioni e rappresentazioni materiali del linguaggio.<sup>85</sup> In tali contesti è infatti più probabile che il LL, costituito da un numero maggiore di elementi, sia più eterogeneo e consistente; in questo modo sarà possibile creare una panoramica parziale delle varie comunità etnolinguistiche che compongono il tessuto urbano che può però offrirci uno squarcio della più generale situazione linguistica.

Nella problematica questione riguardante la rappresentatività di una determinata zona, la scelta della dimensione o della posizione geografica di essa risulta essere arbitraria e dipendente dall'impostazione che si vuole dare alla ricerca. Nella letteratura del LL troviamo infatti sia studi concentrati in determinate frazioni cittadine, sia altri che prendono in considerazione l'intera città (in alcuni casi anche più di una, ai fini di creare confronti sull'utilizzo di una specifica lingua). Huebner<sup>86</sup> e Backhaus, ad esempio, hanno dovuto limitare la zona da analizzare in quanto, entrambi, si sono approcciati a grandi metropoli. Huebner ha preso in considerazione 15 tra i quartieri centrali e periferici della città di Bangkok, mentre Backhaus ha esaminato 28 strade adiacenti a 28 stazioni a Tōkyō. In questo caso, l'impossibilità di affrontare uno studio in una zona urbana troppo estesa ha portato i ricercatori a scegliere determinate porzioni che, seppur non esaustive nella rappresentazione della situazione linguistica dell'intera metropoli, riescono comunque ad illustrare la diversità linguistica ivi presente.<sup>87</sup> Ben-Rafael, volendo mettere in luce come le discrepanze socio-politiche in Israele si riflettessero anche nella sfera linguistica, ha preso in considerazione aree in

---

85 Jennifer LEEMAN, Gabriella MODAN, "Selling the city: Language, ethnicity and commodified space", Elana Shohamy, Eliezer Ben-Rafael, Monica Barni (a cura di), *Linguistic landscape in the city*, Clevedon, Multilingual Matters, 2010, pp. 182–198, p. 183.

86 Thom HUEBNER, "Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing and Language Change", in Durk GORTER (a cura di), *Linguistic Landscape A New Approach to Multilingualism*, Clevedon, Channel View Publication, 2006, p. 31-52.

87 GORTER, *Linguistic Landscape: a new approach...*, cit. p. 2-3.

cui fossero evidenti le divisioni nazionali ed etnoculturali.<sup>88</sup> Ai fini di tale ricerca vennero ritenute rappresentative le località in cui avevano luogo le maggiori attività commerciali e in cui erano ubicati gli edifici delle principali istituzioni pubbliche.

Un altro problema legato alla questione della rappresentatività è legato alla scelta dell'unità d'analisi; una volta scandagliata l'area selezionata, quali elementi risultano essere rappresentativi di tale zona? E per quale motivo? Le risposte a tali interrogativi vanno rintracciate nelle motivazioni che costituiscono il punto di partenza della ricerca. Se ci si vuole concentrare, ad esempio, sulla relazione tra LL e il multilinguismo, allora sarà necessario prendere in considerazione cartelli o insegne in cui siano presenti più lingue.<sup>89</sup> Se invece si vuole mettere in luce il ruolo di una determinata lingua all'interno del LL di una città, si dovranno raccogliere elementi che la contengono, escludendone altri.

Nella fase empirica e pratica che coinvolge il raccoglimento e la documentazione delle unità d'analisi è risultato fondamentale il progresso tecnologico che vede protagoniste le fotocamere digitali o i telefoni cellulari. Come specificato da Gorter, infatti:

The introduction of digital cameras with sufficient memory for a reasonable price allows researchers to take an apparently unlimited number of pictures of the signs in the linguistic landscape. The technique of taking large numbers of photographs of signs and of putting them in a database on a computer in itself

---

<sup>88</sup> *ibidem*.

<sup>89</sup> Le diverse lingue che vanno a costituire un segnale multilingue possono essere traduzioni dello stesso concetto, trascrizioni in altri alfabeti per agevolare la lettura o, addirittura, possono avere significato linguistico diverso ed essere quindi complementari.

is relatively uncomplicated.<sup>90</sup>

Oggi giorno è infatti possibile fotografare e salvare sui propri dispositivi mobili un gran numero di immagini che, con maggiore facilità e praticità, potranno essere inserite nel database del computer per essere poi consultate e analizzate con più attenzione. Il fotografare gli elementi del LL può essere considerato come una tecnica peculiare e propria di questa area studi e sarà quindi competenza del ricercatore documentare in maniera esauriente le unità d'analisi. Ogni ricerca, basandosi appunto sugli elementi fotografati, per completezza dovrà riportare direttamente almeno alcuni di essi all'interno dell'esplicazione dell'analisi; così facendo l'elemento documentato assumerà un ruolo e valore dimostrativo, essendo la prova visiva di ciò che viene teorizzato. Questo tipo di ausilio è molto importante perché si configura come un esempio estremamente intuibile e diretto.

Ai fini di un'analisi quanto più possibile completa ed esaustiva è ovviamente preferibile raccogliere e documentare un numero elevato di elementi da studiare. Per far fronte al problema della difficile accessibilità di alcune zone, Gorter<sup>91</sup> si rifà a Tufi e Blackwood<sup>92</sup> suggerendo che, con lo sviluppo tecnologico, prossimamente sarà possibile servirsi di *Google Street View* per superare tali problematiche. Questa nuova risorsa presenta comunque alcuni limiti, come ad esempio l'impossibilità di accedere in alcune zone (o intere nazioni nel caso della Germania<sup>93</sup>) in cui, per ragioni di privacy, non sono state raccolte foto per *Google Street View*. In ogni caso risulta evidente e notevole il contributo che lo sviluppo tecnologico ha dato nella fase empirica della ricerca sul LL.

---

90 GORTER, *Linguistic Landscape: a new approach...*, cit. p. 2.

91 Durk GORTER, "Methods and techniques for linguistic landscape research: about definitions, core issues and technological innovations", in Martin Pütz, Mundt Neele (a cura di), *Expanding the Linguistic Landscape: Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space As a Semiotic Resource*, Bristol, Multilingual Matters, 2019, p.?

92 L'opera alla quale Gorter fa riferimento è: Serena TUFI, Robert BLACKWOOD, *The Linguistic Landscape of the Mediterranean: French and Italian Coastal Cities*, Londra, Palgrave Macmillan, 2015.

93 Gorter, *Methods and techniques for linguistic landscape research:...*, cit. p. 8.

### *2.1.2 Unità d'analisi*

Il problema riguardante la questione della definizione dell'unità d'analisi da prendere in considerazione durante la fase empirica è di cruciale importanza e, per questo motivo, rappresenta una premessa fondamentale. Come già specificato, dalla divergenza di obiettivi deriva anche una differente definizione di unità d'analisi; nel caso in cui si voglia indagare sullo status di una lingua in particolare, infatti, verranno raccolti e fotografati elementi contenenti quella determinata lingua. In questo caso ci sarà una netta congruenza e corrispondenza tra l'unità d'analisi intesa come elemento linguistico e l'unità d'analisi intesa come cartello o insegna fotografata. Se invece si volesse studiare il multilinguismo di una zona raccogliendo più elementi possibili, potrebbero non emergere gli stessi risultati dell'esempio precedentemente riportato. Oltre a questo tipo di considerazioni contenutistiche e semiotiche, sono necessarie delle descrizioni e categorizzazioni. In un approccio basato e guidato dai dati raccolti, stabilire chiaramente quali elementi selezionare e raccogliere, infatti, aiuta nella cernita e nella conseguente esclusione di altri, considerati non idonei ai fini della ricerca. Anche in questo caso l'apparato teorico già esposto aiuta nel delineare il profilo dell'unità d'analisi. Quest'ultima, infatti, prima di essere un elemento dal valore semiotico, è un'entità fisica. Concretamente parlando, quindi, è necessario anche stabilirne caratteristiche quali la dimensione o la permanenza in un determinato contesto. Come si può facilmente evincere, gli attributi appena citati partecipano della visibilità del segno e, quindi, dell'unità d'analisi. La questione della permanenza nello spazio è stata affrontata in molti studi precedenti; possono essere considerati oggetto di studio anche gli elementi "in movimento"? In altre parole, è sensato includere anche tutti quei segni linguistici stampati o esposti su mezzi di trasporto e che quindi, differentemente dagli altri, non hanno una collocazione fissa? Oltre agli elementi linguistici presenti sui mezzi di trasporto, Backhaus riporta anche altri esempi:

All non-stationary objects were ignored, too. This refers particularly to printed materials like newspapers and journals or price lists and menus for takeaway, but also to texts written on vehicles (buses, cars, etc.), clothes (T-shirts, baseball caps, etc.), as well as tattoos and the like.<sup>94</sup>

Sotto alla categoria di oggetti non stazionari o fissi rientrano infatti giornali, riviste, indumenti, tatuaggi o altri oggetti che non possono essere ricondotti ad un luogo definito in quanto, per l'uso che se ne fa, si muovono nello spazio.

Prendere in analisi anche segni linguistici del genere complicherebbe decisamente la raccolta: un elemento dalle suddette caratteristiche, seppur visibile, infatti, può non essere percepito, letto o compreso dagli individui. Inoltre risulta impossibile stabilirne con certezza una collocazione stabile. Questo aspetto è molto importante se si considera che la variabile geografica risulta essere determinante nella successiva classificazione qualitativa poiché, come già specificato, segno linguistico e contesto devono essere considerati come un binomio indissolubile.

In realtà non sono mai stati offerti e direttamente esplicitati i criteri oggettivi per quantificare (in termini numerici) la durata minima della permanenza di un segno affinché esso possa essere considerato un'unità d'analisi; ogni ricerca parte dall'assunto che il LL, non potendo per natura essere considerato come un oggetto di studio invariabile, è caratterizzato dall'estremo dinamismo. Questa mutevolezza è data dal fatto che insegne e cartelli possono essere esposti e rimossi senza alcun tipo di prevedibilità, essendo dipendenti dalla specifica volontà individuale. In un'analisi di tipo diacronico questa variabile può far emergere risultati molto interessanti, poiché mette in relazione

---

<sup>94</sup> BACKHAUS, *Linguistic Landscapes:...*, cit., p. 67.

la comparsa di segni linguistici (in un certo contesto) in un determinato periodo. Ciò può far emergere risultati interessanti quali, ad esempio, la consistenza di una comunità etnolinguistica.

Nel procedere con la descrizione dei criteri da prendere in considerazione nel momento della raccolta dei campioni d'analisi è necessario sottolineare nuovamente il fatto che l'unità d'analisi prima di costituirsi come elemento linguistico-semiotico, è un'entità fisica. La dimensione diventa quindi un'altra variabile nella definizione dell'unità d'analisi. Backhaus specifica che nella fase empirica egli ha preso in considerazione ogni segno linguistico scritto entro una "cornice" definibile dal punto di vista spaziale. Nello specifico:

A sign was considered to be any piece of written text within a spatially definable frame. The underlying definition is physical, not semantic. It is rather broad, including anything from the small handwritten sticker attached to a lamp-post to huge commercial billboards outside a department store. Items such as 'push' and 'pull' stickers at entrance doors, lettered foot mats, or botanic explanation plates on trees were considered signs, too. [...] Excluded were texts directly written on products, price tags attached to them [...] Other sorts of signs excluded [...]<sup>95</sup>

Backhaus offre quindi una descrizione dell'aspetto fisico ed estetico dell'unità d'analisi; la questione linguistico-semantica è infatti successiva, andando a costituire le basi dei due approcci quantitativo e qualitativo che conseguono la fase di raccolta. Vengono inclusi nella categoria di "unità d'analisi" tutti quei segni in forma scritta che, prescindendo da ogni determinazione aprioristica legata alla

---

<sup>95</sup> *Ibidem.*

grandezza, sono presenti e visibili negli spazi pubblici. Rifacendoci quindi alle concettualizzazioni teoriche già espresse, ogni iscrizione (*bottom-up* o *top-down*), contribuendo alla costruzione del LL, deve essere presa in considerazione in quanto espressione linguistica della comunità parlante. È proficuo inserire nella ricerca anche i graffiti<sup>96</sup> o altri elementi "scritti a mano" che, nonostante non seguano i convenzionali criteri espositivi o rappresentativi, restano pur sempre unità dal valore informativo e simbolico della situazione sociolinguistica.

A questo punto è importante specificare se, nel caso in cui, ad esempio, in una stessa superficie<sup>97</sup> siano presenti più elementi linguistici, essi debbano essere considerati tutti insieme come un'unica unità d'analisi oppure, al contrario, vadano a costituire singoli campioni da raccogliere. Cenoz e Gorter, ad esempio, asseriscono chiaramente che, in caso di compresenza di più insegne esposte sullo stesso edificio, esse debbano essere considerate, tutte insieme, come un'unica unità d'analisi. Questo approccio alla raccolta dei campioni, però, può comportare il rischio della minore attenzione rivolta al singolo elemento componente il LL. Oltre a queste considerazioni di tipo qualitativo, però, questo tipo di raccolta ha ripercussioni anche nell'analisi quantitativa poiché considerare più elementi come un'unica unità in blocco può portare ad una visione imprecisa della consistenza linguistica all'interno del LL.

Un problema simile è legato al raccoglimento di campioni identici all'interno dello stesso contesto urbano; questo tipo di elementi (solitamente insegne, traduzioni di indicazioni o altre iscrizioni di tipo *top-down*), è spesso distribuito nello spazio ed è quindi possibile trovarlo riproposto e ripetuto spesso. In questo caso è utile tener conto della consistenza quantitativa di tale elemento, in quanto

---

96 SCOLLON, SCOLLON, *Discourse in Place...*, p. 217. Scollon e Scollon si servono del concetto di "semiotica trasgressiva" (*transgressive semiotics*) per descrivere linguisticamente elementi quali graffiti o di qualsiasi altro segno linguistico posto ed esposto intenzionalmente "fuori luogo". Rientrano però in questa categoria anche altri elementi solitamente esclusi negli studi sul LL come, ad esempio, volantini o biglietti caduti a terra.

97 Per superficie ci si vuole riferire a quella che Backhaus definisce "*carrier*", ossia il contenitore o trasportatore metaforico del segno linguistico. Nel contesto urbano potremmo associare questa definizione agli edifici pubblici o privati che espongono insegne.

conferma della gerarchia imposta dai flussi *top-down* e dei processi che influenzano la salienza di una determinata lingua. È rilevante anche l'osservazione dell'ubicazione di tali segni: essendo, nella maggior parte dei casi, generati da istituzioni pubbliche o municipali, la scelta di un determinato luogo non è scontata ma, al contrario, è ponderata ai fini di esporre ad una maggiore visibilità quell'insegna. Dal punto di vista qualitativo-contenutistico, invece, essendo semplicemente riproposti, ha senso considerarne solo un elemento.

Ciò che emerge da queste brevi considerazioni è, quindi, la necessità di stabilire ed esplicitare chiaramente le caratteristiche e i criteri che comportano la selezione e la raccolta delle unità d'analisi. Questo contribuisce e partecipa della creazione di una metodologia coerente e funzionale, in grado di approcciarsi inizialmente in maniera sistematica al contesto. Dopo questa fase di raccolta, avverrà la classificazione e categorizzazione su base qualitativa e quantitativa tenendo conto dell'orientamento che si vuole dare all'analisi.

## 2.2 Catalogazione e classificazione

L'analisi e lo sviluppo di considerazioni vengono svolti nella seconda fase della ricerca e si articola e sviluppa in maniera coerente con gli obiettivi definiti. Come già esplicitato, infatti, lo studio del LL può muoversi su diversi fronti: dal concentrarsi sullo sviluppo diacronico di una lingua al focalizzarsi sullo *status quo* di una lingua in un determinato contesto; da come tale LL rifletta effettivamente l'eterogeneità e stratificazione etnolinguistica a come alcune discrepanze tra composizione demografica e uso di una lingua siano legate al ruolo dell'autorità politica. Già da questi pochi esempi si evince come i due approcci (qualitativo e quantitativo) siano uno strumento primario per

tracciare ed imbastire i diversi modi di procedere nella categorizzazione dei dati raccolti. Come specificato da Barni e Bagna, infatti:

It has become clear that in the LL approach the methods used to collect and analyze data can offer different interpretations for different disciplines. For sociological analysis, interviews are more pertinent than purely static LL items; for language policy, the quality of the LL items found can determine other consequences for decisions makers; in ethnographic studies, it is necessary to combine qualitative and quantitative data in order to understand the appearance and development of certain phenomena.<sup>98</sup>

Nonostante alcuni studi più recenti abbiano dimostrato la necessità di costruire una metodologia solida, inclusiva e comprendente di paradigmi sistematici propri di entrambi i modi di procedere<sup>99</sup>, nel passato molti ricercatori hanno preferito adottare un solo approccio nello sviluppo delle considerazioni circa il LL esaminato.<sup>100</sup> Come notificato da Barni e Bagna<sup>101</sup>, infatti, le metodologie molto suffragate in passato prevedevano un approccio prevalentemente quantitativo focalizzandosi soprattutto su tematiche quali la coesistenza di più lingue in un contesto, l'influenza che la lingua ufficiale esercitava sulle minoranze etnolinguistiche o, ancora, la crescente visibilità della lingua

---

98 BARNA, BAGNA, *The critical turn in LL:...*, cit., pp. 12-13.

99 Propri di entrambi gli approcci: qualitativo e quantitativo.

100 BACKHAUS, *Linguistic Landscapes:...* cit., p. 60. Backhaus annovera tra chi ha adottato un approccio qualitativo: Calvet (1990, 1994), Reh (2004), e Scollon e Scollon (2003); mentre, tra chi ha scelto un approccio prevalentemente quantitativo: Tupl (1978), Wenzel (1996) o, ancora, il Consiglio Superiore della Lingua Francese (2000). Cita inoltre, tra gli autori di ricerche in cui è presente una metodologia quantitativa arricchita da analisi qualitative: Ben-Rafael (2004), Cenoz e Gorter (2006) e Huebner (2006). Si evince immediatamente che le ricerche più recenti sono accomunate dal condiviso interesse di sviluppare un'analisi quanto più possibile completa della situazione linguistica di una determinata area.

101 BARNA, BAGNA, *The critical turn in LL:...*

inglese in ambito internazionale.<sup>102</sup> Proporzionalmente con l'espansione di questa area studi è cresciuta anche la consapevolezza della necessità di una visione più globale e completa del LL. Per questo motivo, al fine di interpretare al meglio il ruolo degli attori sociali e del luogo (simbolico-semiotico e non) in cui avvengono le interazioni linguistiche, molti ricercatori hanno iniziato a proporre una metodologia comprensiva anche di un approccio qualitativo.<sup>103</sup>

Un approccio qualitativo indaga sugli specifici aspetti, senza preoccuparsi della consistenza numerica. Al contrario l'approccio quantitativo analizza un certo numero di campioni con l'obiettivo di verificare (o smentire) le tesi di partenza.

Il fatto che i due approcci siano completamente diversi non significa che la ricerca debba scegliere unicamente uno dei due; utilizzati in maniera complementare, infatti, non solo riescono a mostrare sotto vari aspetti l'icasticità del linguaggio, ma possono anche contribuire alla creazione di un corpus analitico e statistico delle lingue utilizzate in un contesto. Ad esempio, se volessimo fare un'indagine sugli agenti produttori del LL (*top-down* e *bottom-up*), un contributo quantitativo potrà mostrare numericamente la consistenza dei due flussi o la frequenza con la quale essi sono presenti all'interno del LL. Un approccio qualitativo, invece, metterà in relazione il tipo di linguaggio utilizzato dai due gruppi, elaborando conseguentemente delle considerazioni sullo stile o sul registro. Utilizzare entrambi gli approcci sembra quindi essere il modo migliore per mostrare contemporaneamente i molteplici aspetti ed elementi che compongono il LL e per creare una metodologia che renda il LL uno strumento per affrontare lo studio della stessa sociolinguistica. Infatti, identificare in maniera prettamente ed esclusivamente quantitativa le diverse lingue parlate non ci permette di cogliere la moltitudine di relazioni che intercorrono tra tali lingue e il contesto

---

102 BARNA, BAGNA, *The critical turn in LL:...*, cit., p. 7.

103 *Ibidem*.

sociale in cui vengono utilizzate.<sup>104</sup> Di seguito verrà proposta una breve panoramica dei due approcci con le considerazioni riguardanti gli obiettivi, gli sviluppi e i possibili risultati ottenibili mediante il loro utilizzo. Infine verrà mostrato come anche paradigmi d'analisi della *visual semiotic* possono rivelarsi importanti alla comprensione globale del LL.

### 2.2.1 Approccio quantitativo

Per procedere con un'analisi di tipo quantitativo è necessario avere un numero più o meno considerevole di dati che, appunto, andranno ad essere "quantificati". Nell'ambito del LL questa necessità è soddisfatta dalla fase precedente, ossia quella relativa al raccoglimento dei campioni d'analisi. In seguito bisognerà decidere cosa andare ad esporre e, conseguentemente, adottare strumenti statistici appropriati.<sup>105</sup>

In generale, questo tipo di approccio procede in maniera sistematico-analitica e viene utilizzato per comprendere e descrivere il funzionamento del sistema linguistico. Viene inoltre adottato per misurare e successivamente rappresentare statisticamente alcune proprietà linguistiche come ad esempio la frequenza o la distribuzione di una determinata lingua o di un particolare fenomeno linguistico.<sup>106</sup>

L'esplicazione numerica di queste caratteristiche ci permette di cogliere in maniera oggettiva le sfaccettature del panorama multilingue di un determinato contesto. Nell'ambito del LL, quindi, un

---

104 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI. *Linguistic Landscape...*, cit., p. 4.

105 Alcuni esempi sono la statistica descrittiva o quella induttiva. Nel primo caso avremo, appunto, una descrizione generale della situazione linguistica dalla quale potranno emergere considerazioni circa gli schemi o i modelli linguistici che ne stanno alla base. Per verificare, però, se tali schemi abbiano una rilevanza statistica, si potrà ricorrere alla statistica deduttiva.

106 Ioan-Iovitz POPESCU, *Word Frequency Studies: Word Frequency Studies*, Berlino, De Gruyter, 2009, p. 1. All'interno del testo preso in riferimento vengono esposti i procedimenti per affrontare un'analisi quantitativa della frequenza delle parole all'interno di un testo. Questo *modus operandi* può essere ovviamente espanso e adattato anche per lo studio del LL, concentrando la ricerca non tanto su una specifica parola ma su una o più lingue.

approccio quantitativo riesce a mostrare e descrivere numericamente sia la coesistenza di più lingue in un determinato contesto urbano, sia la compresenza di più lingue all'interno di una stessa unità d'analisi. Dopo il raccoglimento degli elementi sul campo, ad esempio, si può procedere con il conteggio numerico della presenza di una certa lingua; così facendo sarà possibile ricavarne l'incidenza che, come già esposto, può considerarsi un fattore correlato ai concetti di visibilità, salienza e vitalità. In questo caso si può parlare anche di approccio quantitativo-distributivo: i segni linguistici (appartenenti ai diversi codici linguistici) verranno categorizzati e comparati in base alla loro presenza nel territorio. L'assunto alla base di questo modo di procedere è che la frequenza e la distribuzione geografica di tali unità d'analisi sono la diretta rappresentazione dello status della lingua analizzata e, conseguentemente, della rispettiva comunità "parlante"<sup>107</sup> (secondo questo approccio esiste quindi una diretta implicazione tra visibilità e vitalità linguistica).

L'approccio quantitativo può inoltre essere impiegato nello studio dell'analisi del testo e, più in generale, dei sistemi di scrittura.<sup>108</sup> Nell'ambito del multilinguismo e del LL questo tipo di indagine riesce a descrivere la compresenza di più idiomi basandosi sull'eterogeneità (dei segni) all'interno di uno o più cartelli. In altre parole esaminando un cartello multilingue il semplice ed intuitivo riconoscimento visivo di sistemi di scrittura diversi rimanda direttamente a lingue diverse. Questo tipo di approccio può essere utilizzato anche in maniera specifica per una singola lingua; prendendo in considerazione, ad esempio, la lingua giapponese, un'analisi sul sistema di scrittura può mettere in luce il diverso utilizzo dei quattro sistemi di scrittura *hiragana*, *katakana*, *kanji* e *rōmaji*. Così

---

107 Ofelia GARCÍA, Nelson FLORES, Massimiliano SPOTTI, *The Oxford Handbook of Language and Society*, Oxford, Oxford University Press, 2017, p. 426.

108 Gabriel ALTMANN, Fan FENGXIANG, *Analyses of Script: Properties of Characters and Writing Systems*, Berlino, De Gruyter, 2008, p. 3.

facendo si potrà ricavare l'utilizzo contestuale dei vari sistemi di scrittura in relazione al significato e al registro del segno.

Infine l'approccio quantitativo può essere utilizzato anche per analizzare tutte quelle variabili sociologiche che vanno necessariamente considerate nell'ambito del LL. Trarre delle considerazioni numeriche circa la composizione demografica dell'area che si intende analizzare è infatti fondamentale allo scopo di interpretare in maniera proficua i dati linguistici ricavati dall'osservazione dei campioni d'analisi. Questo tipo di approccio ci permette quindi di cogliere l'eterogeneità e la fluidità degli attori sociali, utilizzando criteri come il sesso, l'età o l'etnia. Nel caso in cui, inoltre, nella zona urbana considerata convivano più comunità e minoranze etnolinguistiche, una valutazione numerica della loro consistenza costituirà un punto di riferimento per le considerazioni riguardanti la vitalità di una o più lingue.

### *2.2.2 Approccio qualitativo*

Nella breve descrizione dei vari risultati raggiungibili attraverso l'adozione dell'approccio quantitativo, è stata proposta in maniera più o meno esplicita una classificazione di tipo qualitativo: l'elemento preso in analisi è multilingue? Questo esempio mostra chiaramente come, talvolta, l'applicazione di un approccio richieda anche l'intervento dell'altro. Infatti identificare le diverse lingue utilizzate in un contesto in termini esclusivamente quantitativi non fornisce nessuna informazione riguardante le relazioni tra le varie lingue esaminate e il loro effettivo utilizzo in loco.<sup>109</sup> Ai fini di una comprensione il più possibile esaustiva del LL è quindi importante concentrarsi anche sul significato che gli attori sociali attribuiscono al linguaggio utilizzato, allo spazio coinvolto e alla capacità di rappresentazione che il segno linguistico ha all'interno di un insegna. A tal proposito è

---

109 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI. *Linguistic Landscape...*, cit., p. 4.

interessante citare le considerazioni di Barni e Bagna (2006) riguardanti il LL della lingua cinese a Prato. La scelta della città non è casuale: secondo quanto riportato dal sito internet ufficiale dello stesso Comune, infatti, Prato è la città italiana con il maggior numero di residenti stranieri. Su una popolazione di circa 193.325 abitanti, inoltre, quasi l'11% risulta essere Cinese.<sup>110</sup> Ciò che è stato evidenziato in questa ricerca è che la visibilità della lingua cinese (dovuta dalla frequenza con la quale si manifesta sia nei segnali *top-down* che in quelli *bottom up*) è direttamente collegata alla sua vitalità in quanto ampiamente utilizzata sia in ambito pubblico (LL) che in contesti familiari e privati.<sup>111</sup> Per sottolineare nuovamente come la maggior incidenza di una lingua all'interno del LL possa essere interpretata diversamente dai vari attori sociali, Barni e Bagna riportano le conseguenze di un provvedimento municipale del 2009. Secondo tale normativa, infatti, tutte le insegne in lingua diversa da quella italiana da quel momento in poi sarebbero dovute essere affiancate da una traduzione equivalente. Il provvedimento colpì maggiormente le attività commerciali cinesi che, se prive di traduzione in italiano, videro oscurarsi e annerirsi la propria insegna.<sup>112</sup> Ritornando ai già citati processi di significazione e rappresentazione coinvolti nell'utilizzo linguistico, quindi, l'alta incidenza di insegne contenenti unicamente la lingua cinese è stata concepita, da parte della popolazione autoctona, come un fattore di distinzione ed isolamento. Allo stesso tempo la consistenza del paesaggio linguistico cinese è indicativa per quanto concerne i processi identitari di auto-rappresentazione della comunità linguistica in analisi. Mentre delle valutazioni di natura quantitativa possono offrirci una prospettiva sulla frequenza e distribuzione di tali elementi linguistici, l'analisi qualitativa ci permette di cogliere quindi il valore e l'impatto sociale

---

110 I dati presi in considerazione sono aggiornati al 31/12/2017 a differenza da quelli utilizzati da Barni e Bagna, le quali, avendo pubblicato la loro ricerca nel 2010, hanno fatto riferimento a stime e censimenti precedenti. Tutti i dati sono consultabili e scaricabili direttamente dal sito internet ufficiale del Comune di Prato: <http://statistica.comune.prato.it/> (consultato il 5/12/2018).

111 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI, *Linguistic Landscape...*, cit., p. 10.

112 SHOHAMY, BEN-RAFAEL, BARNI, *Linguistic Landscape...*, cit., p. 11.

di tale lingua. In questo specifico caso, inoltre, lo studio qualitativo può far emergere considerazioni riguardanti le ripercussioni che i provvedimenti politici hanno nel LL. Infine, è stato grazie ad un'analisi di tipo qualitativo che è stato possibile cogliere la diretta connessione che, in questo caso, sussiste tra visibilità e vitalità linguistica. Come già specificato, la maggiore visibilità di una lingua non è necessariamente un indicatore veritiero della sua vitalità; spesso, però, una panoramica quantitativa può trarre in inganno, considerate le valutazioni di natura numerica che produce. Per questo motivo un'indagine qualitativa può essere ritenuta come più affidabile al fine di cogliere la vitalità di un determinato gruppo linguistico.

Backhaus offre una definizione calzante e completa dei risultati ottenibili attraverso l'adozione di un approccio qualitativo:

[...] issues such as discrepancies between official language policies and everyday linguistic practices; different formats of multilingual messages and their implications with regard to the linguistic profile of the population; problems of language and script contact; indexical and symbolic functions of language on signs; and the overall significance of the linguistic landscape for the semiotic construction of the public space.<sup>113</sup>

Da questa definizione si evince come il tipo di ricerca qualitativa, configurandosi come un insieme di attività e processi interpretativi, non mostra preferenze in ambito delle pratiche metodologiche.<sup>114</sup>

---

113 BACKHAUS, *Linguistic Landscapes:...*, cit., p. 60.

114 Norman K. DENZIN, Yvonna S. LINCOLN, *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, Los Angeles, SAGE, 2018, p. 6.

Ciò significa che questo tipo di approccio, soffermandosi sul rapporto tra i vari elementi costituenti del LL, necessita dell'interpretazione, della codifica e dell'abilità descrittiva di chi effettua la ricerca. Per questo motivo sarà lo specifico interrogativo (o caso) a determinare l'utilizzo di una metodologia d'indagine funzionale ai fini dello sviluppo dello studio.

Riprendendo la citazione di Backhaus si può notare come il numero di domande alle quali rispondere con un approccio qualitativo è molto consistente. I quesiti riportati richiedono l'intervento di considerazioni riguardanti le politiche o le pianificazioni linguistiche, l'assetto e la composizione demografica o, ancora, l'intensità delle interazioni che hanno luogo all'interno del contesto urbano considerato. Ancora una volta la multidisciplinarietà si configura sia come presupposto teorico per la formulazione delle domande, sia come strumento pratico per la creazione della metodologia adeguata nel rispondervi. Quelle riportate sono ovviamente solo una porzione delle domande che possono emergere ma offrono comunque uno scorcio sull'impostazione che una ricerca può avere se affrontata in termini qualitativi. Il denominatore comune di tutti questi quesiti è che la comprensione del fenomeno linguistico può avvenire solo se esso viene analizzato all'interno del determinato contesto, dove quest'ultimo concetto racchiude contemporaneamente le tre componenti di tempo, spazio e individui.

Per quanto concerne la classificazione e la categorizzazione delle unità d'analisi, un approccio qualitativo evidenzierà in che modo gli elementi che compongono il LL si differenziano tra di loro per quanto riguarda la loro funzione, la percezione che gli individui hanno di essi e il loro contributo alla creazione simbolica e semiotica dello spazio urbano. Considerata la premessa che quello del LL è un ambito di ricerca che va di pari passo con gli studi sul multilinguismo, una prima distinzione riguardante le unità d'analisi è ricavata appunto dall'osservazione delle lingue presenti all'interno del dato considerato. In altre parole, il cartello è multilingue? Se sì, quante lingue contiene? Quest'ultime

sono traduzioni, trascrizioni o hanno contenuto linguistico complementare? L'ordine nel quale sono disposte le determinate lingue ha rilevanza ai fini dell'analisi del LL? In che modo questo ordine rappresenta la composizione demografica? Se poi volessimo rifarci nuovamente all'apparato teorico affrontato nel capitolo precedente, l'analisi qualitativa potrebbe soffermarsi sull'effettivo valore (nella realizzazione pratica del segno all'interno del LL) che i concetti di visibilità, salienza e vitalità linguistica hanno. Il fatto che questo esiguo numero di domande emerga dalla semplice distinzione tra elementi multilingue e non, dimostra quanto in realtà sia consistente l'insieme di quesiti che possono essere affrontati con un approccio qualitativo.

Un'altra possibile classificazione qualitativa è data dal riconoscimento e dalla distinzione tra i segnali *top-down* e quelli *bottom-up*. Le considerazioni quantitative circa la frequenza e la distribuzione di tali elementi dovranno quindi essere completate ed affiancate da altre valutazioni riguardanti, ad esempio, la relazione tra lo stile utilizzato e il tipo di lettore al quale ci si vuole riferire. Secondo Blommaert, infatti, un'analisi di tipo qualitativo ci permette di cogliere meglio la stratificazione sociale<sup>115</sup>, andando ad evidenziare il nesso che sussiste tra contenuto semantico, registro e lettore ipotetico al quale l'elemento linguistico intende rivolgersi.

Un altro esempio interessante che vede l'approccio qualitativo come protagonista è l'indagine che Rebecca Garvin<sup>116</sup> ha effettuato in alcune strade della città di Memphis. La ricercatrice, intenta ad analizzare come gli individui comprendessero ed interpretassero la comunità linguistica di appartenenza, ha intervistato alcuni residenti utilizzando un approccio metodologico detto

---

115 Jan BLOMMAERT, *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*, Bristol, Multilingual matters, 2013, p. 64.

116 Il testo di riferimento per questo studio qualitativo ed etnografico è appunto: Rebecca T. GARVIN, *Emotional Responses to the Linguistic Landscape in Memphis, Tennessee: Visual Perceptions of Public Space in Transition*, Università della Pennsylvania, 2012.

”intervista postmoderna mediante tour a piedi”.<sup>117</sup> In altre parole, accompagnando i residenti per le strade selezionate e svolgendo le interviste sul LL, Garvin è riuscita a comprendere come il processo di rappresentazione e negoziazione dei significati (che avviene attraverso l’utilizzo linguistico nel LL) coinvolga processi cognitivi ed emotivi nel momento della percezione visiva.<sup>118</sup> Il modo in cui gli abitanti si percepivano e si auto-presentavano, quindi, era legato al luogo e, conseguentemente, al suo LL. Emerge inoltre il processo di negoziazione identitaria, costituito da flussi di reciproca influenza che si instaurano ineluttabilmente tra individui e LL; entrambe le parti, infatti, concorrono alla creazione e alla discussione del discorso identitario.

### 2.2.3 *Visual semiotic*

Secondo quanto asserito da Kress e Leeuwen in “Reading Images: the grammar of visual design”<sup>119</sup>, scrivere può, e deve, essere considerato come una forma di comunicazione visiva. Riportando questa osservazione nell’ambito del LL risulta lampante la necessità di analizzare le unità d’analisi (e i segni linguistici che contengono) anche dalla prospettiva della *visual semiotic*<sup>120</sup>. Questa branca della semiotica si sofferma non solo sullo studio delle componenti e degli elementi visivi all’interno di un’immagine, ma anche sui processi di rappresentazione e percezione coinvolti nelle interazioni

---

117 Non esistendo un esatto corrispettivo italiano di “Postmodern walking tour interview”, è stata presentata una traduzione letteraria che cercasse di far capire al lettore che le interviste in questione si svolgevano passeggiando per le strade della città.

118 Carole HOUGH, Daria IZDEBSKA, *The Oxford Handbook of Names and Naming*, Oxford, Oxford University Press, 2018, p. 402.

Marilyn MARTIN-JONES, Adrian BLACKLEDGE, Angela CREESE, *The Routledge Handbook of Multilingualism*, Londra, Routledge, 2015, p. 543.

119 Gunther KRESS, Theo LEEUWEN, *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, Londra, Routledge, 2004.

120 In italiano tradotta come “semiotica visiva” o “semiotica del visibile”. Questa disciplina si sofferma soprattutto sull’analizzare l’arte figurativa o visiva in termini della semiotica, per comprender quindi quella serie di meccanismi e processi che sottendono la rappresentazione e la comprensione concettuale o narrativa di un’opera, passando per l’aspetto visivo. Oggetto di interesse di questo tipo di semiotica è quindi tutto ciò che trasmette un significato attraverso l’esperienza visiva; per questo motivo, considerando gli elementi del LL come manifestazioni del linguaggio fruibili dai passanti, non è fuori luogo enucleare alcune considerazioni servendosi dell’apparato teorico di questa disciplina.

tra oggetto analizzato e attore sociale. In altre parole, adottando i paradigmi e i criteri teoretici della *visual semiotic* nell'ambito del LL, sarà possibile comprendere come l'elemento fisico costituente il LL rappresenta il contesto sociale in cui è inserito, quale valore esso può acquisire in relazione a dove è ubicato e, successivamente, osservato dai passanti o, infine, come gli attori sociali stessi utilizzano il linguaggio per rappresentarsi.<sup>121</sup> Come espresso chiaramente da Kress e Leeuwen, tre elementi vanno presi in considerazione nell'analisi della *visual semiotic*:

(1) Information value. The placement of elements [...]: left and right, top and bottom, centre and margin. (2) Saliency[...] realized by such factors as placement in the foreground or background, relative size, contrasts in tonal value (or colour), differences in sharpness, etc. (3) Framing. The presence or absence of framing devices [...] disconnects or connects elements of the image, signifying that they belong or do not belong together in some sense.<sup>122</sup>

Facendo della *visual semiotic* proposta da Kress e Leeuwen un modello teorico dal quale sviluppare delle considerazioni semiotiche circa gli elementi del LL, è possibile procedere mediante una classificazione che tenga conto dell'aspetto estetico sia dell'unità d'analisi intesa come "trasportatore" o "contenitore", sia del segno linguistico ivi esposto. In altre parole porre l'attenzione sulla disposizione dei diversi segni linguistici all'interno di un cartello (valore informativo), sulle differenze della grandezza o dei font con i quali sono esposti i segni linguistici (salienza) o sulla presenza o assenza di una "coerenza" compositiva (composizione) ci aiuterà a comprendere le gerarchie presenti in un contesto multilingue. Sarà inoltre possibile riconoscere la multi-modalità

---

121 SCOLLON, SCOLLON, *Discourses in Place...*, cit., p. 84.

122 KRESS, LEEUWEN, *Reading images:...*, cit. p. 177.

con la quale talvolta vengono espressi e rappresentati i significati in un cartello: anche in questo caso comprendere i diversi sistemi semiotici utilizzati per comporre i testi può contribuire alla composizione di un quadro completo e multidisciplinare sul LL.

Le considerazioni circa i possibili approcci, le metodologie e i paradigmi di ricerca sono state da sempre il punto di partenza per ogni indagine riguardante l'ambito del LL. Come già descritto, la determinazione di una linea guida metodologica, infatti, segue e si confà agli obiettivi di ricerca e, coerentemente con essi, permette lo sviluppo esaustivo delle osservazioni linguistiche, sociologiche o demografiche. Extra e Barni hanno evidenziato il ruolo che l'impostazione teorica di discipline quali la geolinguistica o la demolinguistica<sup>123</sup> ha avuto nella determinazione dei criteri sistematici da considerare ed includere nell'ambito di ricerca del LL. Secondo gli autori, infatti, accanto al corpus metodologico proprio di queste discipline (che procedono in maniera essenzialmente deduttiva avvalendosi di un'analisi di tipo quantitativo) è necessario tener presente che ogni studio del LL contempla, ad esempio, anche i paradigmi metodologici della ricerca etnografica (induttivi ed euristici, che prevedono un approccio qualitativo nella classificazione dell'oggetto di studio). Questo perché entrare in contatto con il contesto che si intende analizzare e descrivere costituisce la condizione d'esistenza dell'indagine del LL: l'osservazione empirica, infatti, permette la raccolta dei campioni d'analisi.

Per quanto concerne la decisione circa l'adozione dei due approcci, è importante ribadire che, nonostante sia necessariamente coerente con le preliminari premesse, essa costituisce la seconda

---

123 Monica BARNI, Guus EXTRA, *Mapping Linguistic Diversity in Multicultural Contexts: Mapping Linguistic Diversity in Multicultural Contexts*, Berlino, De Gruyter, 2008, p. 3. Per "geolinguistica" si intende quella corrente della linguistica che ha per oggetto di studio la distribuzione geografica dei vari fenomeni linguistici (ad esempio i dialetti di un determinato gruppo linguistico). Con "demolinguistica", invece, ci si riferisce ad una branca della sociolinguistica che prevede l'analisi statistica delle lingue parlate dalle popolazioni.

parte della ricerca sul LL. Riferendoci ai dati precedentemente raccolti con metodo empirico, quindi, nella fase della classificazione e categorizzazione è possibile ricavare considerazioni dal significato linguistico, sociologico, sociolinguistico o demografico. Entrambi gli approcci, infatti, devono tenere conto delle varie relazioni che intercorrono tra le componenti essenziali del LL: lingua, comunità parlante e luogo. È impensabile definire quale dei due sia più adatto ai fini dello studio del LL poiché, come già ampiamente discusso, questo ambito richiede la compresenza di analisi su più livelli e con più modalità. L'utilizzo incrociato e complementare dei due approcci ci permette di esaminare in maniera dettagliata alcune caratteristiche del linguaggio presente nel LL come, ad esempio, la frequenza di una determinata lingua (analisi quantitativa) all'interno di insegne esclusivamente *bottom-up* (analisi qualitativa). Ancora, la frequenza dell'utilizzo di un sistema di scrittura specifico (analisi quantitativa del sistema di scrittura giapponese all'interno del LL) all'interno di cartelli multilingue (analisi qualitativa). In questo modo sarà possibile non solo avere una panoramica generale della composizione del LL, ma si potrà anche spostare l'attenzione su particolari dettagli.

Ogni risultato raggiunto mediante le analisi ha quindi senso solo se confrontato con il contesto e gli individui che lo vanno a comporre; in altre parole è fondamentale tenere in considerazione anche tutte le componenti extralinguistiche. Oltre ad utilizzare le unità d'analisi raccolte, però, risulta importante anche avere un *feedback* relativo alla percezione, ricezione e comprensione del segno linguistico nel LL. Ciò può svilupparsi attraverso inchieste ed interviste che possono coinvolgere attori sociali diversamente legati al LL: chi lo produce o chi lo percepisce. In casi più specifici, dove si vuole indagare lo status quo di una lingua in particolare, è utile anche rivolgersi a *chi* parla tale lingua. In questa maniera sarà possibile comprendere, tra le altre cose, se lo scopo per il quale è stata esposta una determinata insegna sia stato soddisfatto.

Come già accennato, costruire una solida e coerente metodologia per affrontare l'analisi del LL può rendere il LL un futuro strumento per la comprensione del multilinguismo. Una volta comprese le dinamiche alla base dei processi di rappresentazione dello spazio, di negoziazione del discorso identitario o di discussione semiotica e simbolica dello spazio, il LL diventerà una lente attraverso la quale osservare meglio il fenomeno del multilinguismo.<sup>124</sup> Questo è possibile poiché, come già ampiamente esposto, lo studio del LL ingloba e richiede riflessioni circa la compresenza di più lingue, le gerarchie tra esse o, ancora, il complesso rapporto tra individui, società e linguaggio; proprio per questo motivo può essere considerato come uno strumento metalinguistico e metasociolinguistico, in quanto permette di cogliere le implicazioni sociali, psicologiche, culturali o, addirittura, religiose del linguaggio.

Oltre ad essere un possibile strumento metodologico per la comprensione di fenomeni sociolinguistici, però, molti ricercatori hanno già spostato l'attenzione sulla funzione pedagogica del LL nell'ambito dell'acquisizione della seconda lingua all'interno delle scuole.<sup>125</sup>

Nel prossimo capitolo verranno riprese tutte le considerazioni teoriche e metodologiche esposte in termini generali per essere adattate allo specifico caso studio di questa ricerca: il LL giapponese nella città di Venezia. I paradigmi e i criteri d'analisi saranno quindi applicati agli specifici

---

124 Larissa ARONIN, Muiris O LAOIRE, "The material culture of multilingualism: moving beyond the linguistic landscape", *International Journal of Multilingualism*, 10, 3, 2013, p. 226.

125 Peter SAYER, "Using the linguistic landscape as a pedagogical resource", *ELT Journal*, 64, 2, 2010, p. 143-154.  
Martina BELLINZONA, "Linguistic Landscape e i contesti educativi. Uno studio all'interno di alcune scuole italiane", *Lingue e Linguaggi*, 25, 2018, pp. 297-321.

Kara BROWN, "The Linguistic Landscape of Educational Spaces: Language revitalization in schools in Southeastern Estonia", Gorter, Marten H. F., Van Mensel L. (a cura di), *Minority languages in the linguistic landscape*, Macmillan, Basingstroke, pp. 281-298.

Jasone CENOZ, Durk GORTER, "The Linguistic Landscape As an Additional Source of Input in Second Language Acquisition", *IRAL: International Review of Applied Linguistic in Language Teaching*, 46, 3, 2008, pp. 257-276.

Luke ROWLAND, "The Pedagogical Benefits of a Linguistic Landscape Project in Japan", *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 16, 4, 2013, pp. 494-505.

interrogativi della ricerca e, soprattutto, dovranno essere coerenti con il contesto urbano e la composizione demografica dell'area scelta. Una volta esposta la metodologia adottata, si procederà con la descrizione e l'esplicazione dei dati raccolti nel tentativo di fornire un resoconto il più completo possibile del LL della città di Venezia.

## PARTE SECONDA

### PRESENTAZIONE DEL CASO STUDIO

#### CREAZIONE DI UNA METODOLOGIA *CONTEXT-DRIVEN*

#### DESCRIZIONE DEL LL GIAPPONESE DEL CENTRO STORICO DI VENEZIA

## CAPITOLO 3

### Presentazione del caso studio: il LL giapponese nel Centro storico di Venezia

In questo capitolo verranno riprese tutte le considerazioni teoriche riguardanti gli elementi costituenti il LL per essere poi adattate alla descrizione del caso studio della ricerca: il LL giapponese nella città di Venezia. I tre argomenti fondamentali saranno quindi il contesto geografico, gli attori sociali che vi interagiscono e il tipo di linguaggio utilizzato e rappresentato.

Dopo la puntualizzazione dei confini geografici dell'area analizzata, verrà offerta una panoramica della situazione demografica, economica e sociale di Venezia. Tenendo conto che questa ricerca è di tipo sincronico, verrà fatta chiarezza sul valore e sul ruolo della variabile temporale e sugli eventuali limiti che una ricerca non diacronica può avere al fine di dimostrare il dinamismo del LL. Particolare attenzione verrà rivolta all'aspetto demografico, considerato e configurato in termini di plesso di interazioni linguistiche determinato dalle necessità comunicative e commerciali del contesto urbano. In altre parole verranno enucleate le cause e le motivazioni che portano alla creazione, al mantenimento o alla distruzione del LL, inteso quindi come proiezione linguistica dell'interdipendenza tra i diversi attori sociali. Come ausilio per ricavare un quadro generale della popolazione del Centro storico di Venezia verranno utilizzati dati, statistiche e previsioni reperibili direttamente dal sito internet ufficiale del Comune di Venezia.<sup>126</sup> Così facendo sarà possibile avere un supporto analitico e una visione sistematica del contesto analizzato, unificando fonti e dati.

All'interno di questo eterogeneo e a prima vista caotico intreccio, sarà importante rintracciare e distinguere chi è direttamente coinvolto in qualità di "mittente" (*authorship*) e chi, invece, si suppone essere il "destinatario" (ipotetico fruitore) delle iscrizioni del LL. Sarà quindi fondamentale servirsi

---

<sup>126</sup> <https://www.comune.venezia.it/>. Consultato dal 17/12/2017.

di strumenti in grado di fornirci una panoramica generale sull'eterogeneità della popolazione e degli attori sociali coinvolti in questi scambi linguistici.

Nel procedere con la presentazione del caso studio sarà quindi importante soffermarsi sul modo in cui questi segni linguistici possono essere considerati come un indicatore sociolinguistico della situazione economica e sociale del Centro storico di Venezia, in relazione alle interazioni con la popolazione giapponese. Come verrà evidenziato successivamente, risulta improprio parlare di una comunità o minoranza linguistica giapponese risiedente a Venezia; sarà opportuno quindi leggere ed interpretare il LL in chiave turistico-economica. In questo specifico contesto urbano, infatti, il linguaggio viene impiegato principalmente per scopi e fini commerciali. I concetti di visibilità, salienza e vitalità linguistica presentati in chiave teorica nel primo capitolo, dovranno essere quindi ricollocati all'interno della dimensione turistica per acquisire nuove accezioni di significato.

Verrà infine proposta una panoramica generale della distribuzione e composizione delle varie strutture ricettive, allo scopo di accennare anche alla situazione socioeconomica del Centro storico di Venezia.

Attenendoci nuovamente all'apparato teorico ed epistemologico precedentemente esposto, inoltre, un'analisi consapevole della duplice funzione del LL (informativa e simbolica) riuscirà a mettere in luce la relazione tra esso, il fenomeno del multilinguismo e la presenza della lingua giapponese all'interno di Venezia.

### 3.1 Il contesto: Il Centro storico di Venezia

Venezia, capoluogo di provincia del Veneto, è il primo comune della regione per popolazione ed estensione. Considerate le sei municipalità<sup>127</sup> in cui è suddivisa, infatti, Venezia comprende sia le terre lagunari che quelle della terraferma, per un totale di circa 415 km<sup>2</sup>.<sup>128</sup> La popolazione totale ammonta a circa 261.321 unità, ma solo circa il 20% di essa (53.799 abitanti) risiede all'interno del Centro storico. Il fenomeno dello spopolamento di quest'ultimo è stato centro di accesi dibattiti negli ultimi anni in quanto spesso accompagnato ed associato alle conseguenze del tipo di turismo talvolta poco consapevole e rispettoso nei confronti della Laguna.

In questo paragrafo il Centro storico di Venezia verrà presentato e descritto tenendo conto della determinazione geografica e dell'intervallo di tempo in cui è stata effettuata la raccolta degli elementi.

#### *3.1.1 Determinazione geografica dell'area di indagine*

Come già proposto e spiegato nei precedenti capitoli, la determinazione dell'area geografica sulla quale sviluppare la fase empirica di raccolta degli elementi è di fondamentale importanza. Molti studi hanno dimostrato che, oltre alla più possibile precisa descrizione urbanistica e topografica del contesto, è necessaria anche l'esposizione delle motivazioni che rendono rilevante la zona ai fini della ricerca. Dal punto di vista metodologico è necessario attenersi alle definizioni teoriche e ai

---

127 Dal punto di vista amministrativo Venezia è suddivisa in sei municipalità: Municipalità di Venezia (il centro storico), Municipalità di Lido-Pellestrina, Municipalità di Favaro Veneto, Municipalità di Mestre-Carpenedo, Municipalità di Chirignano-Zalarino (Mestre Ovest) e la Municipalità di Marghera. Tutte le informazioni territoriali sul Comune di Venezia sono reperibili direttamente dal sito internet ufficiale già citato.

128 [https://www.comune.venezia.it/sites/comune.venezia.it/files/immagini/statistica/tabella%20\\_1\\_.pdf](https://www.comune.venezia.it/sites/comune.venezia.it/files/immagini/statistica/tabella%20_1_.pdf). Sito consultato il 17/12/2018. Per terre lagunari o insulari si intende l'insieme di isole circondate dalla laguna veneta, nell'Alto Adriatico. Ne fanno parte la Municipalità 1 e 2.

paradigmi di ricerca adottati: così facendo sarà possibile rintracciare con precisione i confini entro i quali svolgere l'indagine, evidenziando la congruenza tra l'assetto urbano e la sua rilevanza nell'ambito del LL. Parallelamente a queste considerazioni sistematiche vanno però esposti anche i limiti e le difficoltà che si possono incontrare sia nella scelta dell'area, sia nel momento della raccolta delle unità d'analisi.

Per questa ricerca è stato preso in considerazione solo il Centro storico di Venezia, comprendente quindi i sei Sestieri della Laguna che, in ordine di estensione sono: Castello, Cannaregio, Dorsoduro, Santa Croce, San Marco, e San Polo. La sua forma, assolutamente irregolare, costituisce un considerevole limite nella determinazione fisica della sua dimensione. Per quanto riguarda la misurazione della dimensione in metri e  $\text{km}^2$  di Venezia, la ricerca si avvale della documentazione reperibile nel sito internet ufficiale dell'omonimo Comune e del servizio cartografico di Google Maps. Secondo le fonti riportate, la superficie totale è di circa  $8 \text{ km}^2$ <sup>129</sup>; il calcolo non include né le cosiddette zone di "estuario" (isole di Burano e Murano), né la Municipalità 2 (Lido-Pellestrina). I due ipotetici estremi longitudinali, Piazzale Roma e Sant'Elena distano all'incirca 5 km mentre, per quanto concerne l'asse latitudinale, da Sant'Alvise alla sponda meridionale della Giudecca, la distanza è di circa 3 km.<sup>130</sup> Ogni Sestiere si articola in un elevato numero di calli<sup>131</sup>, sottoporteghi, campi e campielli che rappresentano l'arena in cui il linguaggio viene esposto e costituisce il LL.

Differentemente da quanto presentato da Backhaus, in questo caso non sono stati individuati dei veri e propri punti di riferimento. Nello sviluppo della fase empirica si è proceduto tenendo conto

---

129 *Ibidem*. Ovviamente nel conteggio della superficie sono state escluse le acque della Laguna, che già da sole ammontano a circa  $54 \text{ km}^2$ .

130 Le misure sono state approssimate e ricavate da Google Maps. <https://www.google.com/maps/place/Venezia+VE/@45.4304989,12.3185408,14z/data=!4m5!3m4!1s0x477eb1daf1d63d89:0x7ba3c6f0bd92102f!8m2!3d45.4408474!4d12.3155151>. Sito consultato il 17/12/2018.

131 Termine veneziano per indicare le strade.

del Sestiere in cui si stava svolgendo la ricerca delle unità d'analisi; i campioni, quindi, una volta fotografati sono stati subito identificati in base all'indirizzo e al Sestiere d'appartenenza. Per sua composizione urbana Venezia presenta un elevato numero di svantaggi e difficoltà che hanno interferito nella ricerca dei campioni d'analisi. In primo luogo, nonostante siano visibili le iscrizioni indicanti le direzioni, il nome dei campi o del Sestiere in cui si sta entrando, è molto facile perdere il senso dell'orientamento e ripercorrere più di una volta la stessa calle. In secondo luogo (e conseguentemente con il primo), risulta complicato addentrarsi anche nelle calli più piccole e "secondarie", talvolta trascurate poiché ubicate in zone poco trafficate. Dimensione, posizione e livello di frequentazione delle calli non sono stati considerati criteri decisivi nella determinazione e cernita del campo empirico; nella ricerca quindi, oltre alle zone più popolate e visitate, sono state esaminate anche quelle definite come periferiche. In terzo luogo l'ingente quantità di folla concentrata in alcune zone della Città ha reso talvolta difficile l'osservazione di cartelli o insegne. Per i motivi appena citati è stato necessario vagliare più volte e in diversi orari la stessa zona.

Le rappresentazioni grafiche di Venezia (come ad esempio le mappe) sono molto difficili da disegnare ed interpretare, se si considera che la città si compone di due "reti" percorribili e transitabili: quella rivolta alla navigazione (canali della Laguna) e quella rivolta invece ai pedoni. Come per le altre città, anche nel caso di Venezia esistono molti tipi di mappe: dalle carte topografiche per la navigazione sui canali a quelle che evidenziano i siti turistici, da quelle che mostrano con criterio cromatico i diversi sestieri a quelle che riportano gli itinerari per i pedoni. Tuttavia anche l'utilizzo di carte geografiche, seppur dettagliate, comporta dei limiti: molte calli secondarie e poco trafficate, infatti, non vengono sempre riportate. Per quanto riguarda il transito dei pedoni, inoltre, il complicato sistema di numerazione degli indirizzi non fornisce alcun ausilio

nell'orientamento. Per lo svolgimento della ricerca non sono state utilizzate mappe ma, talvolta, si è ricorsi all'utilizzo del navigatore gps di Google Maps.

Per quanto riguarda, invece, la decisione di prendere in considerazione l'intero Centro storico e non una sola e determinata zona, non sono stati rintracciati criteri consistenti per giustificare la rappresentatività di una specifica porzione: basarsi sulla maggiore densità o concentrazione di individui o edifici non è stato considerato un criterio fondato ai fini di questa ricerca. Un altro motivo che ha portato alla considerazione dell'intero Centro storico è l'obiettivo stesso della ricerca: l'analisi del LL giapponese all'interno di questo particolare spazio urbano. Per questa ragione sono state raccolte solo unità d'analisi contenenti segni linguistici giapponesi.<sup>132</sup> In alcune zone della città sono state trovate pochissime unità d'analisi (talvolta nessuna) e anche questo aspetto è da considerarsi molto importante al fine della comprensione della situazione linguistica giapponese all'interno del Centro storico. Considerato l'ingente valore economico e il riverbero sociale del turismo, questo tipo di risultato era stato ipotizzato già prima dello svolgimento della fase empirica e, anche per questo motivo, si è ritenuto importante considerare l'intera superficie del Centro storico. Sarebbe stato scontato, infatti, raccogliere un numero sostanzioso di elementi in zone molto transitate, ma questo tipo di risultato non ci avrebbe permesso di cogliere al meglio il rapporto tra spazio e lingua. Comprendere il valore della distribuzione e della dislocazione della lingua giapponese attraverso un'analisi comprendente l'intera superficie sarà funzionale alla stesura di considerazioni non fini a loro stesse.

---

<sup>132</sup> Su questo aspetto metodologico ci soffermeremo più avanti.

### 3.1.2 Venezia nel 2018: un approccio sincronico

La fase empirica di raccolta di unità d'analisi è stata svolta tra luglio e settembre 2018. A tal proposito è importante far presente alcuni fattori che hanno sicuramente influenzato il LL giapponese nel periodo sopracitato e che mostrano quindi l'estrema dinamicità di questo oggetto di studio. In primo luogo il periodo dell'anno in cui la ricerca di elementi è stata svolta rappresenta l'alta stagione turistica. Per questo motivo sono stati frequentemente rintracciati elementi *bottom-up* esposti fuori da bar e ristoranti con l'obiettivo di attirare un numero maggiore di turisti. In secondo luogo il gran numero di eventi culturali e mostre internazionali si è tradotto in una serie di cartelli esposti ai fini informativi. Un esempio è l'installazione di veri e propri cartelloni autoportanti (di dimensioni variabili) ubicati spesso al centro di alcuni Campi con lo scopo di richiamare l'attenzione dei passanti circa il tema, durata e luogo della 57esima Esposizione Internazionale d'Arte. Nello stesso periodo sono state realizzate inchieste ed interviste ai cittadini autoctoni.

L'approccio di questa ricerca è quindi di tipo sincronico<sup>133</sup>: lo studio, come già proposto, si focalizza infatti sull'indagine, esposizione e comprensione del LL giapponese<sup>134</sup> nello specifico periodo di tempo citato.

Nonostante i concetti di dinamismo e mutevolezza siano impliciti e connaturati in questa area studi, proporre una prospettiva e uno spaccato sincronico dell'argomento ci permetterà di soffermarci sulle specifiche interrelazioni temporali e linguistiche che caratterizzando il LL giapponese. Creare un'istantanea dello *status quo* delle espressioni linguistiche giapponesi visibili all'interno dello

---

133 Per quanto riguarda la definizione della categoria "linguistica sincronica" si è fatto riferimento alla teorizzazione di Ferdinand De Saussure in "Corso di linguistica generale" (in questa ricerca è stata utilizzata l'ultima edizione, risalente al 2016). Secondo il linguista svizzero, la linguistica sincronica si occupa dello studio della lingua (o della sua struttura) in un determinato periodo. Differentemente da questo approccio, quello diacronico (anche detto "storico") mira ad analizzare l'aspetto dinamico dello sviluppo e mutamento della lingua.

134 D'ora in avanti, per evitare di appesantire la lettura, verrà utilizzata solamente la denominazione "LL giapponese" in riferimento all'argomento "LL giapponese nel Centro storico di Venezia".

spazio preso in considerazione renderà inoltre possibile comprendere le dinamiche coinvolte e sottese nel processo di rappresentazione semiotica e creazione simbolica dello spazio.

Considerando le altre variabili extralinguistiche sarà fondamentale domandarsi in che modo lo specifico ambiente economico-politico influisca nell'utilizzo del giapponese, nelle modalità comunicative e rappresentative di tale lingua o, ancora, quali criteri e processi siano coinvolti nella percezione e comprensione del LL da parte degli attori sociali (nello specifico gli individui in grado di capire la lingua giapponese). Gli elementi che concorrono alla costruzione, al mantenimento o al mutamento del LL dovranno essere concepiti e definiti solo attraverso un'analisi contestuale di essi, incentrata cioè anche sulla variabile temporale. Fondando la ricerca su presupposti e criteri sincronici sarà quindi possibile cogliere il valore connotativo di questo specifico LL. Adottando e adattando il concetto linguistico di "connotazione"<sup>135</sup>, infatti, potremmo asserire che uno studio sincronico e consapevole di tutte le variabili extralinguistiche e temporali ci permetterà di cogliere e descrivere il linguaggio esposto anche grazie ai tratti e alle caratteristiche culturali, psicologiche ed emotive ad esso apposte. Le connotazioni acquisite dal linguaggio (nel nostro caso dal LL giapponese) si distinguono dalla semplice denotazione, che non ha niente a che vedere con l'interazione o interpretazione che l'individuo ha del linguaggio. Quest'ultima è ovviamente condizionata dal periodo storico in cui l'individuo vive.

Queste dinamiche possono e devono essere comprese solo in relazione al contesto (spaziale e temporale) nel quale sono inserite e studiate. Per questo motivo l'indagine e la prospettiva sincronica del LL si configurerà non solo come prodotto completo dell'analisi, ma anche come

---

135 Per le seguenti definizioni è stato consultato: David CRYSTAL, *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*, Malden, Massachusetts, Blackwell Publishing, 2015. Entrambi i termini vengono utilizzati per concepire e considerare il rapporto che intercorre tra unità linguistica e significato. La connotazione tiene conto delle varie associazioni emotive (personali o comuni) che sono suggerite o attribuite all'unità linguistica. Allude quindi ad una valutazione più variabile e soggettiva (p. 128). Per "denotazione", al contrario, si intende il significato letterale, oggettivo e fisso che è stato associato alla precisa unità linguistica (p. 162).

strumento per comprendere un aspetto sociolinguistico del più articolato plesso di interazioni e compresenze di natura multilingue.

Per quanto riguarda il LL giapponese, quindi, è utile fornire alcune informazioni riguardanti il contesto in cui esso è stato analizzato descrivendo l'assetto economico e demografico del Centro storico di Venezia. Questi aspetti verranno affrontati nel prossimo paragrafo.

### 3.2 Profilo demografico: gli attori sociali

Attraverso la descrizione dei concetti teorici alla base della ricerca sul LL è emerso come tale ambito non possa essere scisso da una previa e consapevole analisi del contesto e della situazione demografica in cui è inserito. L'eterogeneità delle rappresentazioni linguistiche può essere considerata come il risultato dell'intenzione (o necessità) che l'individuo ha di intervenire e interpersi nel plesso di interazioni linguistiche che ha luogo nell'area urbana analizzata. La presentazione della situazione demografica si prefigge quindi l'obiettivo di completare il quadro generale sul contesto in cui il LL è inserito, mostrando uno spaccato delle caratteristiche di chi lo produce e di chi ne "fruisce".

È altresì necessario, però, tenere presente un'importante premessa: il LL non può essere considerato come mera rappresentazione della situazione e composizione demografica. Esso infatti può essere concepito come la riproduzione linguistica degli intenti e delle necessità di tali attori sociali. Queste si sviluppano ed articolano mediante diversi canali e processi, che includono la scelta linguistica, la scelta di codici e registri, la scelta pragmatica riguardante il messaggio che si vuole trasmettere e, infine, la scelta concernente il destinatario che si vuole impressionare. L'analisi della

composizione demografica rappresenta quindi il punto di partenza dal quale sviluppare e trarre considerazioni circa la collocazione e il ruolo dei vari attori sociali all'interno del contesto analizzato. Una volta descritta l'eterogeneità demografica, le osservazioni riguardanti la varietà dei ruoli e delle necessità degli individui saranno consequenziali.

Dopo una panoramica sulla questione demografica del Centro storico di Venezia, comprensiva di cittadini residenti e non, verrà posta particolare attenzione al fenomeno del turismo come principale paradigma per l'individuazione e determinazione degli autori e dei destinatari delle iscrizioni in lingua giapponese che vanno appunto a comporre il LL. Le varie interazioni linguistiche che gravitano attorno alla domanda e all'offerta turistica, infatti, possono essere considerate come strumento utile al riconoscimento dell'intenzione individuale. L'arrangiamento dell'iscrizione (che essa sia multilingue<sup>136</sup> o monolingue) quindi, da una parte ritrae e raffigura la necessità del mittente di emergere e rappresentarsi; dall'altra mostra concretamente il processo psicologico-decisionale e i criteri adottati nella scelta linguistica, pragmatica, dei codici o del lettore con il quale si vuole interagire. Per quest'ultimo motivo l'unità d'analisi può essere letta anche come riflesso dell'ipotetico lettore al quale il mittente voleva rivolgersi.

Incrociando quindi le panoramiche sulla dimensione demografica e sul LL, sarà possibile comprendere in che modo esso rifletta i processi sottesi alle motivazioni e alle volontà che spingono un individuo ad utilizzare una determinata lingua all'interno delle insegne. Quali cause e quali stimoli guidano una persona a proporre una traduzione, una trascrizione o un intero messaggio in lingua

---

136 Nel successivo capitolo verrà offerta una descrizione più dettagliata dei criteri utilizzati per la classificazione delle unità d'analisi. Per ora si può accennare al fatto che l'esistenza di parole scritte in lingua o alfabeti diversi da quelli giapponesi abbia costituito il criterio per tale classificazione. Il problema principale è stata la categorizzazione delle insegne in cui erano presenti scritte in rōmaji. Il rōmaji è infatti uno dei quattro sistemi di scrittura della lingua giapponese quindi l'unità d'analisi avrebbe dovuto far parte del gruppo di elementi monolingue. Il criterio decisionale adottato si basa sulla funzione pragmatica della lingua. In altre parole, tenendo in considerazione che il destinatario ipotizzato sia il turista giapponese, e che, quindi, non avrebbe bisogno di una trascrizione fonetica in rōmaji dei caratteri, questo tipo di insegne è stata considerata multilingue.

giapponese? In che modo, quindi, la lingua giapponese interagisce con il tessuto urbano del Centro storico di Venezia, contribuendo e partecipando conseguentemente del multilinguismo di questa zona?

### *3.2.1 Panoramica sugli attori sociali*

Oggetto di accesi dibattiti, il problema riguardante la progressiva ed ineluttabile decrescita demografica si ripercuote anche nella contestualizzazione ed interpretazione del LL giapponese. Nonostante, come già esposto, questa ricerca adotti un approccio sincronico, al fine di comprendere al meglio la questione demografica si farà riferimento ad indici di decrescita che sottendono un'analisi storico-diacronica (in riferimento al periodo 2000-2017). Gli indicatori demografici che verranno utilizzati nello studio sono stati consultati nel sito internet ufficiale del Comune di Venezia<sup>137</sup> e dell'Istat.<sup>138</sup>

Il limite maggiore riscontrato nella consultazione e nella successiva interpretazione di questi dati è stato rappresentato dal fatto che quasi tutte le statistiche ufficiali analizzino l'intero Comune di Venezia, comprendendo anche le zone di terraferma; non si soffermano, quindi, esclusivamente sul Centro storico. Per far fronte a questo tipo di problemi talvolta è stato necessario effettuare calcoli in maniera indipendente. Inoltre, anche quando i dati anagrafici fanno riferimento alla Municipalità 1, nelle tabelle i dati sui Sestieri sono accorpati in base alla loro posizione rispetto al Canal Grande: i due gruppi ricorrenti sono San Marco, Castello e Cannaregio da una parte, e Dorsoduro, San Polo e Santa Croce dall'altra.

---

137 Il sito ufficiale è già stato riportato in nota. I dati e i grafici sono stati elaborati e pubblicati dal Servizio Statistica e Ricerca su dati Anagrafe Comunale. All'occorrenza verrà specificato il titolo e l'argomento proprio del singolo studio preso in considerazione. Tutte le statistiche fanno riferimento all'anno 2017 tranne quella riguardante la popolazione straniera, che fa riferimento all'anno 2016. Per quest'ultima, infatti, non era ancora stato pubblicato il resoconto al 31/12/2017.

138 <https://www.istat.it/>.

Nonostante sia stato possibile consultare una statistica affidabile circa il totale dei residenti del Centro storico, quindi, non è stato possibile reperire fonti attendibili riguardanti la popolazione e la conseguente densità demografica per ciascun Sestiere. A questo proposito è importante fare presente che il sito internet del Comune di Venezia permette la consultazione della "Mappa della popolazione residente al giorno precedente"<sup>139</sup>, dove è possibile reperire dati provvisori riguardanti il profilo demografico in riferimento, appunto, al giorno antecedente la consultazione. Sebbene siano quindi dati molto aggiornati ed estremamente specifici per ogni Sestiere, il prenderli in considerazione avrebbe generato un *gap* temporale "scoperto", ossia un periodo al quale non fa riferimento nessuna indagine demografica (dal 31/12/2017, data delle ultime statistiche ufficiali; al gennaio 2019, periodo in cui è stata svolta l'analisi sull'aspetto demografico). Non sono ancora disponibili, infatti, le statistiche demografiche aggiornate al 31/12/2018 e, per evitare la perdita di punti di riferimento temporali fissi, si è preferito tener conto dei dati facenti riferimento al 31/12/2017.

Come già riportato in nota, inoltre, all'interno del sito internet del Comune di Venezia non è possibile consultare la statistica sulla popolazione straniera residente nel 2017; la più recente disponibile è quella del 2016.<sup>140</sup> È stato comunque possibile risalire ad una panoramica della consistenza della popolazione straniera residente utilizzando la pubblicazione ufficiale sulle dinamiche demografiche riguardanti il 2017.<sup>141</sup>

---

139 <https://portale.comune.venezia.it/millefoglie/statistiche/home> (consultato il 07/17/2019).

140 Comune di Venezia – Stranieri residenti nei quartieri e nelle municipalità per classi di età – Totale maschi e femmine al 31/12/2016.

141 Comune di Venezia- Servizio Statistica e Ricerca – Direzione Servizi al Cittadino e Imprese, Settore Servizi al Cittadino, Protocollo e Archivio Generale, *Dinamiche demografiche a Venezia: Anno 2017, 2018*.

Secondo il Servizio Statistica e Ricerca del Comune di Venezia, la popolazione residente all'interno del Centro storico nel 2017 ammontava a circa 53.799 unità, di cui 24.884 maschi e 28.915 femmine<sup>142</sup>, con una densità, quindi, di circa 6.725 abitanti per km<sup>2</sup>. Dal 2000 al 2017 la popolazione residente nel Centro storico è diminuita di circa 12 mila unità<sup>143</sup>; le cause ravvisate dal Centro di ricerca sono da rintracciarsi sulla struttura demografica stessa. Infatti, analizzando il grafico dei movimenti naturali e sociali, risulta lampante il principale motivo di decrescita: mentre nel 2017 291 sono state le nascite, 839 sono stati i decessi.<sup>144</sup> Il saldo naturale<sup>145</sup> è quindi in negativo (-548) e, non riuscendo a compensare la diminuzione demografica data dai movimenti sociali (migrazione e cambi di residenza), costituisce la prima causa di decrescita della popolazione residente.<sup>146</sup> Per quanto riguarda i cambi di residenza, infatti, a rimetterci maggiormente è il Centro storico che, insieme alle Isole, ha visto una diminuzione di 410 unità nel 2017, a favore del Centro di Mestre.<sup>147</sup>

Ciò è confermato anche dai grafici che descrivono e rappresentano la distribuzione per età degli abitanti del Centro storico: mentre un grafico di una società in crescita si presenta nella cosiddetta forma "a piramide"<sup>148</sup>, con la base quindi più ampia rispetto alla punta, osservando quello del Centro

---

142 Comune di Venezia- Servizio Statistica e Ricerca su dati Anagrafe comunale, *Comune di Venezia – Popolazione residente e movimenti demografici dal 31/12/2016 al 31/12/2017*, 2017.

143 Comune di Venezia- Servizio Statistica e Ricerca su dati Anagrafe comunale, *Popolazione residente nel Comune di Venezia – 1871-2017*, 2017. Consultando i dati della serie storica (con attenzione rivolta nel periodo 2000-2017) si evince come la popolazione residente sia passata da 66.386 unità nel 2000 a 53.799 nel 2017.

144 "Comune di Venezia – Bilancio naturale della popolazione residente (nati vivi e morti) - anni 2013-2017". Statistica scaricabile dal sito ufficiale del Comune di Venezia. Sono stati presi in considerazione i dati relativi all'anno 2017.

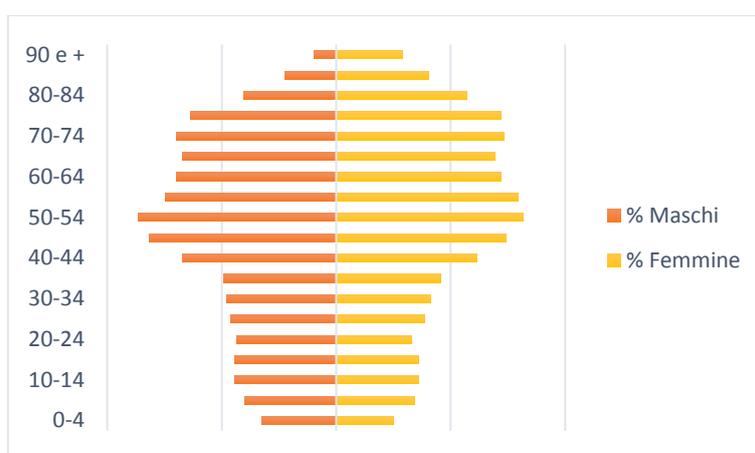
145 Per saldo naturale si intende quell'indicatore quantitativo che mostra la differenza tra i nati vivi e i morti durante un periodo di tempo (solitamente un anno).

146 Comune di Venezia, *Dinamiche demografiche...*, cit., p. 6.

147 Comune di Venezia, *Dinamiche demografiche...*, cit., p. 8.

148 Come spiegato dalla statistica demografica, la piramide delle età descrive e mostra la distribuzione per età della popolazione. Quando la forma complessiva degli istogrammi è a piramide, significa che la popolazione analizzata è in crescita. Visivamente, infatti, le barre che indicano le nascite e la popolazione più giovane, costituiscono l'ipotetica base della piramide. In questo caso il grafico presenterà una progressiva diminuzione dell'ampiezza delle barre, culminate quindi con la punta (corrispondente alla fascia di popolazione 90 e + che, in una società in crescita demografica, dovrà essere più "corta" rispetto alle altre) . Se, al contrario, è a forma di

storico si percepisce immediatamente come la fascia di popolazione più ampia sia quella tra i 45 e i 54 anni. In altre parole il numero delle nascite, pur essendo maggiore di quello dei decessi, è notevolmente minore se si confronta con quello dei cittadini tra 45 e i 54 anni. L'età media dei cittadini si aggira intorno ai 50 anni (con precisione 49,9 anni), con un indice di vecchiaia di circa 293,9<sup>149</sup>, ciò significa che, nel Centro storico per ogni giovane ci sono 2,9 persone oltre i 65 anni.<sup>150</sup>



*Immagine 1. Piramide demografica del Centro storico di Venezia nel 2017.*

Per quantificare i cittadini stranieri residenti nel Centro storico è stata utilizzata la pubblicazione ufficiale sulle dinamiche demografiche a Venezia (anno 2017). Secondo la sopracitata statistica, infatti, il 7,74%<sup>151</sup> della popolazione residente nel Centro storico è straniera; ne deriva direttamente

---

trapezio, (con le barre rappresentati le fasce di popolazione più anziana più lunghe rispetto a quella delle nascite) il grafico rappresenterà una popolazione in decremento.

149 Indicatore statistico utilizzato nella statistica demografica che descrive ed indica il peso della popolazione anziana stimando il grado di invecchiamento di una determinata popolazione. Rappresenta il rapporto percentuale tra i cittadini con età maggiore di 65 anni e quelli con età compresa tra 0-14 anni, indicando il numero di anziani ogni 100 giovani.

150 Questa percentuale è stata elaborata dall'autore per sopperire all'assenza di statistiche riguardanti esclusivamente il Centro storico. Utilizzando i dati dei censimenti (in riferimento al 2017) è emerso che la popolazione compresa nella fascia 0-14 anni ammonta a circa 5665 unità mentre quella di età uguale e maggiore ai 65 anni a circa 16649 unità. Dopo aver applicato la formula per calcolare l'indice di vecchiaia della popolazione è stata ricavata tale percentuale e, conseguentemente, è stato possibile evincere il rapporto tra la popolazione in età non attiva e gli anziani.

151 Comune di Venezia, *Dinamiche demografiche...*, cit., p. 13-16.

che il numero di cittadini stranieri ammonta circa a 4.164 unità. Il grafico dal quale è stato evinto questo dato mostra inoltre il peso percentuale degli stranieri sulla popolazione residente per classi di età (e per municipalità); è possibile notare, quindi, che la maggior incidenza (19% circa) è sulla fascia d'età compresa tra i 34 e i 39 anni. Per quanto concerne la provenienza dei cittadini stranieri residenti, nello specifico, all'interno del Centro storico di Venezia, non vi sono dati statistici aggiornati al 2017. La fonte dalla quale è stato ricavato il loro numero approssimativo parla di circa 141 nazionalità presenti all'interno di tutto il Comune di Venezia (comprensivo, quindi, di tutte e sei le Municipalità). La nazionalità più rappresentata è quella bengalese, seguita da quella rumena e moldava.

Per quanto riguarda il tema di questa ricerca, osservando la classifica è possibile notare che la consistenza della popolazione giapponese residente all'interno dell'intero Comune è di circa 118 unità<sup>152</sup> (lo 0,3% di tutta la popolazione straniera e lo 0,05% di tutta la popolazione di Venezia). Nonostante non sia stato possibile risalire al numero preciso e specifico dei residenti giapponesi nel Centro storico, il valore comprensivo dell'intero Comune è molto piccolo; ciò ci porta ad escludere l'esistenza di una vera e propria comunità etnolinguistica ivi risiedente in maniera pressoché stabile. Questo aspetto può essere considerato come la particolarità dello specifico caso studio del Centro storico di Venezia: in questa ricerca il *modus operandi*, i paradigmi di ricerca e i criteri d'analisi sono stati ricollocati affinché potessero descrivere il LL in un contesto in cui l'ipotetico lettore non è un residente fisso.

---

152 Comune di Venezia, *Dinamiche demografiche...*, cit., p. 14.

Per quanto riguarda la quantità di studenti, professori e ricercatori che “frequentano” il Centro storico e non prendono parte alle stime sui cittadini residenti, invece, sono stati utilizzati i dati forniti dalle Università, nello specifico l’Università Ca’ Foscari e l’Università IUAV.<sup>153</sup> Entrambe le Università hanno fornito il numero degli studenti giapponesi immatricolati negli Anni Accademici 2016/2017 e 2017/2018. Il primo Ateneo ha contato 38 studenti nell’A.A 2016/2017 e 48 nell’A.A 2017/2018 (tra *degree seekers, incoming students, ICM*<sup>154</sup> e *visiting students*); mentre il secondo Ateneo solo 2 studenti in totale.<sup>155</sup> Inoltre presso l’Università Ca’ Foscari lavorano 10 collaboratrici di madrelingua giapponese.<sup>156</sup> Si può notare, quindi, che il totale di attori sociali giapponesi (anche se non residenti) che frequentano il Centro storico di Venezia, non corrisponde ad un numero molto alto. Questa considerazione sarà inoltre utile alla comprensione degli scopi e delle motivazioni sottese alla creazione del LL giapponese.

### 3.2.2 *Il fenomeno del Turismo*

Venezia, con il suo Centro storico, è uno dei Patrimoni Mondiali UNESCO. Il suo ecosistema, proprio come la sua architettura e urbanistica, è estremamente fragile e, proprio per questa sua natura, è costantemente messo alla prova dalla crescente mole di turisti che quotidianamente lo attraversano. Per questo motivo numerose sono le proposte e le iniziative da parte del Comune e dei cittadini volte alla preservazione e alla protezione del Centro storico. Nel 2017 è stato lo stesso “Piano

---

153 Gli altri Istituti o le altre scuole non hanno risposto, quindi non sono incluse nella stima.

154 Acronimo di International Credit Mobility.

155 I dati utilizzati sono stati forniti dalle rispettive Segreterie in seguito alla richiesta tramite email.

156 Dato ricavato dal sito ufficiale dell’Università.  
[https://www.unive.it/pag/14024/?tx\\_news\\_pi1%5Bnews%5D=5489&tx\\_news\\_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx\\_news\\_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=abfcb66f5a8931150eee005ff152c7a1](https://www.unive.it/pag/14024/?tx_news_pi1%5Bnews%5D=5489&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=abfcb66f5a8931150eee005ff152c7a1), 25/01/2019.

strategico di sviluppo del turismo”, patrocinato dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo a suggerire:

La sperimentazione di modelli di *governance* per la fruizione sostenibile dei siti Unesco, maggiormente sottoposti alla “pressione turistica”, [...] sarà avviato un progetto per il monitoraggio delle condizioni di offerta di Venezia e l’individuazione delle soluzioni utili alla mitigazione dell’impatto turistico in termini di tutela e salvaguardia delle risorse culturali e paesaggistiche e di gestione sostenibile della fruizione.<sup>157</sup>

Ciò significa che la consapevolezza dei danni provocati da un turismo non controllato e mal gestito (soprattutto in un sito dell’UNESCO) sta rendendo necessari interventi volti al riconoscimento di comportamenti etici e rispettosi richiesti ai turisti che interagiscono con il Centro storico. Come si vedrà più avanti, anche quest’ultimo aspetto è rappresentato nel LL giapponese all’interno di tale contesto urbano. La campagna #EnjoyRespectVenice<sup>158</sup>, ad esempio, si concretizza in una serie di cartelli posti nei luoghi maggiormente frequentati, prefiggendosi l’obiettivo di indicare i comportamenti adeguati e consoni da tenere all’interno del Centro storico. Questi cartelli contengono più traduzioni e sono, quindi, multilingue.

Considerata l’eco del fenomeno turistico, l’analisi della consistenza di esso, della provenienza e della permanenza dei turisti e, conseguentemente, la risposta e l’offerta proposta dalla città, è un

---

157 Piano Strategico di Sviluppo del Turismo (PST) 2017-2022, Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, 2017, p. 63.

158 Campagna di sensibilizzazione promossa dallo stesso Comune di Venezia al fine di sensibilizzare ed orientare i visitatori verso comportamenti responsabili, nel rispetto dell’ambiente urbano, del patrimonio artistico e dell’ecosistema.

importante indicatore dello spaccato della situazione socio-economica del contesto analizzato. Come già accennato, parlare di una vera e propria comunità linguistica giapponese sarebbe inesatto. Il multilinguismo che caratterizza il LL del Centro storico di Venezia, (e che ne è conseguenza) quindi, è strettamente e direttamente collegato al fenomeno del turismo, il quale diventa quindi una chiave di lettura ed interpretazione della situazione sociolinguistica e socioculturale del periodo. Analizzare ed esaminare questo fenomeno, servendosi di statistiche e stime in grado di offrire panoramiche esaustive secondo paradigmi qualitativi e quantitativi, ci permetterà quindi di cogliere e giustificare le dinamiche implicite nel processo di rappresentazione linguistica in un territorio in cui questa originariamente estraneo a questa lingua.

I concetti fondamentali alla base delle tradizionali definizioni di LL, quindi, devono essere necessariamente ripresi, ricollocati e ricontestualizzati. In primo luogo, il ruolo e l'interpretazione della città stessa devono essere revisionati: nell'era dell'urbanizzazione, della globalizzazione (delle città "globali"<sup>159</sup> e cosmopolite) e dell'intensificazione della circolazione internazionale è necessario servirsi di nuovi paradigmi di mobilità<sup>160</sup> per comprendere ed esaminare i fenomeni sociolinguistici che vi hanno luogo. Il Centro storico di Venezia deve essere quindi interpretato come un'arena in cui le interazioni linguistiche hanno luogo in maniera specifica, essendo dettate da motivazioni legate e dipendenti dal preciso contesto storico ed economico. In secondo luogo, l'analisi della lingua giapponese deve svilupparsi attorno alla consapevolezza che gli attori sociali ai quali essa si riferisce ed è collegata non costituiscono una minoranza etnolinguistica ivi residente; come già anticipato, infatti, l'ipotetico lettore è, in questo caso, il turista. Da qui derivano alcune osservazioni

---

159 Gregory ASHWORTH, Stephen J. PAGE, "Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes", *Tourism Management*, 32, 2011, p. 3-4.

160 Mimi SELLER, John URRY, "The new mobilities paradigm", *Environment and Planning*, 38, 2, 2006, p. 215-217.

circa i limiti della teorizzazione proposta da Landry e Bourhis<sup>161</sup> che nel nostro caso, seppur utile (in quanto ha proposto e stilato linee guida teoriche e punti di riferimento concettuali), deve obbligatoriamente essere rielaborata. La transitorietà dei turisti e l'eterogeneità delle lingue da essi parlate porta a considerare il rapporto tra la demarcazione territoriale e lo specifico utilizzo linguistico in maniera distaccata dai precedenti modelli di rappresentazione simbolica dello spazio. Questo è dato anche dalle caratteristiche stesse del turista, che lo allontanano notevolmente da quelle delle minoranze etnolinguistiche. Proprio per questo motivo, infatti:

It is unrealistic to imagine that a group of tourists would organize themselves as a linguistic minority and demand language rights in the usual sense: even if such a thing were to happen for a moment, the tourists would soon be gone, and their language rights with them [...] yet these are not cases of touristic "ethnolinguistic vitality."<sup>162</sup>

Per applicare i numerosi discorsi presenti all'interno dell'ambito del LL a questo specifico caso studio, è importante focalizzarsi sul ruolo del turista, che può essere quello di destinatario, pubblico e "origliatore".<sup>163</sup> Ciò non significa che questo tipo di fruitore sia completamente passivo di fronte al LL: il turista infatti, può contribuire più o meno direttamente modellamento del design di tale LL.<sup>164</sup> Anche altri studi precedenti hanno affrontato il tema del LL coniugandolo al fenomeno turistico; in questi casi, però gli autori hanno preferito soffermarsi sul linguaggio utilizzato all'interno

---

161 BOURHIS, LANDRY, *Linguistic Landscape...*, cit.

162 Jeffrey KALLEN, "Tourism and representation in the Irish Linguistic Landscape" in Elana SHOHAMY, Durk GORTER (a cura di), *Linguistic Landscape: Expanding the scenery*, New York, Routledge, 2009, pp. 270-283. (p. 272).

163 KALLEN, *Tourism and representation...*, cit., p. 274. Questo tema verrà affrontato con maggior attenzione nel paragrafo dedicato ai fruitori.

164 *Ibidem*.

di resort o specifiche strutture esplicitamente turistiche.<sup>165</sup> Nello specifico caso studio di questa ricerca, la riconcettualizzazione del "contesto" diventa quindi fondamentale.

Tenendo presente questi criteri teorici e questi paradigmi interpretativi, sarà possibile affrontare gli interrogativi di ricerca in maniera completa e coerente, comprendendo conseguentemente lo *status quo* della lingua giapponese all'interno di un contesto urbano ad essa originariamente estraneo. Per completare il quadro sulla situazione socio-economica che caratterizza il Centro storico di Venezia in seguito verrà presentata una breve panoramica sulla domanda e sull'offerta turistica del perimetro analizzato. Questo tipo di prospettiva offre la possibilità di cogliere come il valore sociale del turismo sia effettivamente proiettato nell'ambito linguistico, contribuendo alla creazione e al dinamismo del LL.

### 3.2.2.1 La domanda

La fonte presa in considerazione per affrontare la questione del turismo è l'"Annuario del Turismo 2017"<sup>166</sup>, all'interno della quale sono presenti resoconti e stime basate sia sulla domanda dei visitatori che sull'offerta del Comune in ambito turistico. I dati si riferiscono agli arrivi e alle presenze<sup>167</sup> registrate dalle diverse strutture ricettive. Bisogna aggiungere che, comunque, sempre più frequente è il fenomeno secondo il quale i visitatori del Centro storico alloggiano nelle altre Municipalità (soprattutto nell'entroterra), che dispongono di offerte più vantaggiose ed economiche.

---

165 Jurate RUZAITE, "The linguistic landscape of tourism: Multilingual signs in Lithuanian and Polish resort", *ESUKA*, 8, 1, 2017, pp. 197-220.

Antonio BRUYEL-OLMEDO, Maria JUAN-GARAU, "Shaping tourist LL: language display and the sociolinguistic background of an international multilingual readership", *International Journal of Multilingualism*, 12, 1, 2015, pp. 51-67.

166 Annuario del Turismo 2017, Assessorato al Turismo della Città di Venezia. Questo documento è consultabile e scaricabile dal sito internet del Comune.

167 Per "arrivi" si intende il numero di clienti ospitati negli esercizi ricettivi; con "presenze", invece, ci si riferisce al numero complessivo delle notti trascorse dai clienti.

Secondo l'Annuario del Turismo 2017, gli arrivi complessivi all'interno dell'intero Comune sono stati circa 5.034.882, con un aumento dell'8,4% rispetto all'anno precedente; le presenze, invece, hanno raggiunto un totale di 11.685.819 unità, registrano un incremento dell'11,2% (sempre rispetto al 2016).<sup>168</sup> Il Centro storico costituisce la meta prediletta all'interno del Comune accogliendo il 62,7% degli arrivi (circa 3.155.548 unità) e il 67,3% delle presenze (7.862.292 unità). Inoltre, l'88,3% degli arrivi e l'88,6% delle presenze è costituito dai turisti stranieri, che rappresentano quindi la porzione più rilevante del complesso turistico.<sup>169</sup>

### *3.2.2.2 L'offerta*

Analizzare anche brevemente questo aspetto ci permetterà di costruire una panoramica sulla situazione economica del Centro storico: la sua propensione nei confronti della domanda, infatti, prima di riflettersi nel LL, si concretizza in una fitta rete di stanze o appartamenti affittati a fini turistici. Per quanto riguarda questo aspetto, è necessario far notare che esistono due diversi tipi di esercizi turistici ricettivi: le strutture alberghiere e quelle complementari. All'interno di quest'ultima categoria rientrano le case vacanza, bed & breakfast, affittacamere, unità abitative, ostelli o case religiose di ospitalità o Country House.<sup>170</sup> Dalle statistiche dell'Annuario del turismo emerge un dato interessante. Nel 2017 il settore alberghiero ha infatti registrato circa 2.712.000 arrivi e 5.084.000 presenze (con un incremento, rispettivamente, di 51 e 153 mila unità). Decisamente considerevole è invece l'espansione registrata dalle strutture ricettive complementari: 983.000 arrivi e 2.778.000 presenze circa, con una crescita, rispettivamente, di 208 e 663 mila unità. Ciò significa che nell'ultimo anno i turisti hanno preferito affidarsi a questo tipo di offerta che

---

<sup>168</sup> Annuario del Turismo 2017, p. 14.

<sup>169</sup> Annuario del Turismo 2017, p. 21. Registrando così un incremento del 9,2% sugli arrivi e dell'11,9% sulle presenze rispetto al 2016.

<sup>170</sup> Annuario del turismo, p. 52.

conta comunque molti più posti letto rispetto a quella alberghiera.<sup>171</sup> Un'ulteriore panoramica sulla situazione delle strutture ricettive è offerta dal sito internet di *Airbnb*, piattaforma online in cui è possibile trovare appartamenti o stanze in cui soggiornare per brevi periodi. Oltre all'elevata quantità di posti letto disponibili all'interno del Centro storico, però, è possibile evincere anche un'altra informazione. Il turismo che ha luogo in questa area urbana è caratterizzato dalla brevità della permanenza: la media dei pernottamenti è infatti di circa 2,49 notti.<sup>172</sup>



*Immagine 2. Mappa che illustra le locazioni turistiche, le strutture ricettive alberghiere e complementari. Fonte: Geoportale online della città di Venezia.*

I temi propri dello studio del LL come, ad esempio, la creazione simbolica dello spazio o la rappresentatività della lingua vengono quindi compresi in chiave soprattutto economico-commerciale. Così facendo anche i concetti di visibilità, salienza e vitalità acquisiranno accezioni diverse, in quanto verranno contestualizzati all'interno delle specifiche necessità e dinamiche della città. Un altro aspetto da considerare in questo tipo di analisi è la possibile limitatezza temporale delle interazioni tra ipotetico lettore e LL. La fascia più ampia di popolazione giapponese che ha a

---

171 Annuario del turismo, p. 53. Secondo il report, infatti, i posti letto offerti dalle strutture alberghiere nel 2017 ammontano a circa 18.384 unità, contro le 25.301 delle strutture complementari.

172 Annuario del turismo, p. 37.

che fare con il Centro storico, infatti, è costituita da turisti le quali necessità sono ben diverse rispetto a quelle che possono avere una comunità linguistica o dei cittadini autoctoni. Emergono quindi nuovi interrogativi: questa fugacità negli scambi tra mittente e destinatario è rappresentata ed evincibile dal tipo di segnali (*bottom-up* o *top-down*) maggiormente presenti nel LL giapponese? O ancora, il tipo di linguaggio (scelte stilistiche, di registro o, addirittura, ortografiche) che costituisce il LL giapponese del Centro storico può essere considerato come indicatore del prospettato ed ipotetico lettore al quale ci si vuole riferire? Infine, quali le motivazioni dietro alla scelta di esporre cartelli o insegne contenenti anche la lingua giapponese? Questo tipo di domande si scosta leggermente dagli interrogativi già analizzati ed esaminati negli studi precedenti in quanto, in questo caso, risulta imprescindibile sottendere le peculiarità proprie dell'ipotetico fruitore. Tutto ciò deve essere integrato con l'analisi del valore del contesto urbano ed economico in cui si ambienta la ricerca.

### 3.3 *Authorship* e fruitori

Dopo la panoramica proposta riguardante gli attori sociali risulta ancora più evidente come le interazioni linguistiche rappresentate nel (e dal) LL giapponese trovino ragione d'esistenza all'interno del discorso sul turismo. Come già spiegato, quindi, sarebbe infondato asserire che il LL giapponese rispecchi e funga da indicatore di una comunità di parlanti, alla quale sono sottese tutte quelle relazioni riguardanti la vitalità etnolinguistica proposte da Landry e Bourhis.

Procedendo coerentemente con l'impostazione teorica di questa ricerca, quindi, una volta presentati gli attori sociali è necessario individuare chi produce il LL e, conseguentemente, per chi è prodotto il LL, tenendo presente il valore sociale che il linguaggio acquisisce in questo contesto. Di seguito

verranno quindi analizzati i ruoli dei vari attori sociali, con l'obiettivo non solo di individuare l'*authorship* (paternità) delle varie insegne, ma anche di comprendere come esse possano essere considerate anche un riflesso della previsione riguardante l'ipotetico fruitore.

### 3.3.1 *Authorship*

Il termine inglese "*authorship*" nel campo del LL sta ad indicare la cosiddetta paternità dell'iscrizione esposta.<sup>173</sup> All'interno di questo concetto sono rintracciabili non solo tutte quelle scelte linguistiche e stilistiche, ma anche la responsabilità che il singolo contributo visivo ha all'interno del LL analizzato. Individuare la paternità delle varie iscrizioni può infatti risultare utile a: comprendere le motivazioni che portano un individuo a scegliere di utilizzare la lingua giapponese nelle insegne; cogliere il valore sociale che ha la partecipazione alla formazione del LL (e conseguentemente il tipo di rappresentazione che va a crearsi nei luoghi pubblici); evidenziare i vari atteggiamenti che portano gli autori a "proporsi" all'ipotetico fruitore.

Per *authorship* si intende l'insieme degli attori sociali che:

[...] concretely participate in the shaping of LL by ordering from others or building by themselves LL elements according to preferential tendencies, deliberate choices or policies.<sup>174</sup>

Come spiegato da Gorter, quindi, l'*authorship*<sup>175</sup> all'interno dell'ambito del LL è costituita da tutti quegli individui che contribuiscono direttamente alla creazione e al dinamismo di esso.

---

173 Ciò al quale Backhaus si riferisce nell'affrontare la domanda "*LL by whom?*".

174 GORTER, *Linguistic Landscape: a new approach...*, cit. p.27.

175 Preso atto della calzante definizione proposta da Gorter, d'ora in avanti il termine *authorship* verrà impiegato nella sua accezione più "ampia", ad indicare, quindi, il concetto di autore.

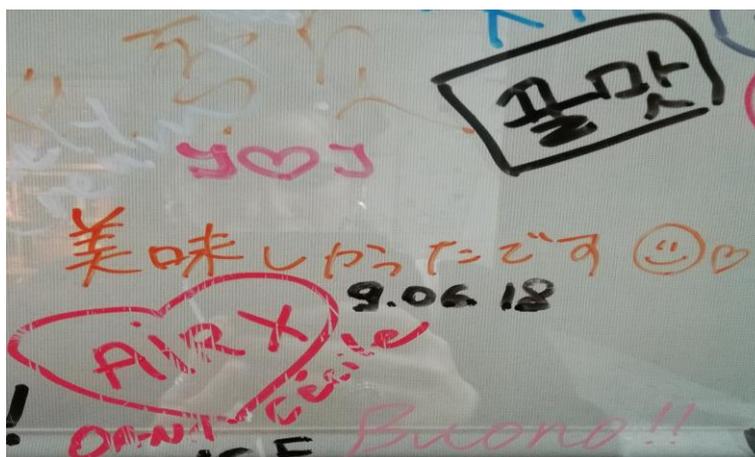
Per quanto concerne l'ambito delle motivazioni e delle necessità che portano un agente ad utilizzare una determinata lingua, un preciso stile o un codice specifico, è importante far notare come questi fattori, una volta analizzati ed evidenziati, vadano a costituire uno spaccato delle forze sociali che guidano il LL giapponese, costituendo essi stessi un'azione sociale. Ciò significa che l'osservazione e la classificazione delle unità d'analisi può far emergere gli atteggiamenti e le attitudini che gli autori di esse hanno nei confronti della lingua giapponese, in relazione anche agli scopi che li hanno portati ad utilizzarla. Come verrà presentato più avanti, però, sarebbe scorretto considerare il LL giapponese del Centro storico come la rappresentazione della sola intenzione dell'autore che, per necessità prevalentemente economiche ha interesse nell'inserirsi all'interno del LL. Sarà infatti importante soffermarsi anche sul ruolo che gli altri attori sociali (i destinatari giapponesi) hanno in qualità di possibili fruitori.

Adottando la definizione proposta da Gorter, e basandoci sulle unità d'analisi raccolte, potremmo asserire che gli agenti delle iscrizioni in lingua giapponese sono i cittadini residenti all'interno del Centro storico. Non è stata registrata alcuna prova di interazione ed interferenza diretta all'interno del LL da parte di cittadini giapponesi, fatta eccezione per alcuni elementi rinvenuti all'esterno di una gelateria in Ruga dei Spezieri 315<sup>176</sup>. La vetrina del negozio, infatti, è interamente ricoperta di dediche e commenti (scritti direttamente dai clienti) riguardanti il prodotto venduto all'interno dell'attività commerciale. Kallen definisce questo tipo di iscrizione, appunto, come esempio di "interazione".<sup>177</sup>

---

176 Sestiere San Polo, Venezia, 30125.

177 KALLEN, *Tourism and representation...*, cit., p. 274.



*Immagine 3. Esempio di interazione diretta da parte di un turista giapponese. Inscrizione fotografata presso Ruga dei Spezeri 315.*

Il risultato finale è un'insegna multilingue, soggetta a costanti variazioni e frutto dell'interazione di più individui. È quindi il prodotto dell'iniziativa dei clienti; non è stata infatti direttamente creata dal proprietario della gelateria sebbene soddisfi pienamente il suo obiettivo: quello di farsi pubblicità e attirare l'attenzione del maggior numero possibile di turisti. Questo tipo di iscrizioni può essere considerato come un esempio di graffiti; questi, essendo stati scritti dai turisti giapponesi, rappresentano un concreto contributo e una visibile interazione con il LL da parte di cittadini non residenti. Per quanto riguarda il resto delle unità d'analisi fotografate, che esse siano *bottom-up* o *top-down*, si può asserire che siano state prodotte dai cittadini residenti.

Alcune considerazioni circa le motivazioni sottese e preliminari alla scelta linguistica possono già essere evinte tramite un'analisi contenutistica, stilistica e semantica delle unità d'analisi. Al fine di produrre un esame quanto più possibile completo ed inclusivo di più approcci e paradigmi di ricerca, però, è stato ritenuto utile anche avvalersi delle interviste rivolte ai proprietari degli esercizi commerciali fuori dai quali sono stati rinvenute le iscrizioni in lingua giapponese di tipo *bottom-up*.

A tal proposito è necessario esporre preliminarmente che una sostanziale differenza nelle motivazioni è stata rinvenuta tra le insegne *top-down* e quelle *bottom-up*.<sup>178</sup> Nel primo caso è comune l'intento di comunicare un'informazione, che essa abbia contenuti comportamentali (come nel caso della campagna *#EnjoyRespectVenice* posta presso gli imbarcaderi più frequentati) o cognitivi<sup>179</sup> (come ad esempio le indicazioni per la Centrale di Polizia o altri luoghi di interesse comune).

Per quanto riguarda, invece, le insegne *bottom-up*, la differenziazione e la varietà degli intenti è più evidente. Ciò che è emerso anche attraverso le interviste rivolte agli autori delle insegne, è che le motivazioni che li hanno portati a questa specifica scelta linguistica sono di natura essenzialmente commerciale ed economica. Prima di esporre le considerazioni a riguardo è importante esplicitare un particolare risultato che è emerso: è stato infatti registrato un grande squilibrio tra le motivazioni dietro alle insegne *bottom-up* multilingue e quelle monolingue (scritte cioè solo in giapponese). Mentre quasi la totalità delle insegne multilingue *bottom-up* è motivata da fini economici e commerciali (guidati cioè dall'interesse personale di attrarre un maggior numero di clienti), l'esposizione di cartelli monolingue è la conseguenza di intenti diversi. Ciò risulta evidente anche dall'osservazione delle caratteristiche estetiche dell'unità d'analisi. A questo punto si rende però necessaria un'ulteriore classificazione conseguente all'analisi visiva e semantica delle unità d'analisi. All'interno del gruppo "multilingue" è possibile rintracciare diversi sottoinsiemi<sup>180</sup>: traduzioni, trascrizioni e altre insegne multilingue miste che si avvicinano al tipo di multilinguismo

---

178 Sono state rinvenute 5 insegne *top-down* e 45 *bottom-up*. È necessario far notare come, però, fatta eccezione per un caso, tutte le insegne appartenenti al primo gruppo sono multilingue (traduzioni) e sono state trovate in più luoghi. L'unico caso di insegna *top-down* raccolta in un solo posto è la traduzione all'ingresso della caserma della polizia in Piazza San Marco.

179 KALLEN, *Tourism and representation...*, cit., p. 274.

180 La sezione successiva si occuperà in modo specifico di questo tema in quanto, a diversi tipi di insegne multilingue, corrispondono diversi tipi di fruitori. In questo sottoparagrafo verranno citate solo le tipologie rinvenute.

frammentario. Dopo queste premesse si può procedere con l'esposizione dei risultati delle interviste riguardanti le motivazioni che hanno portato l'*authorship* a decidere di scrivere in giapponese. Il resto dei dati ricavati dalle interviste verrà presentato nell'ultimo capitolo; per ora, per attinenza all'argomento, ci si atterrà alla descrizione di questo genere di tema.

Per quanto riguarda le insegne *bottom-up* contenenti traduzioni equivalenti, in seguito alle interviste rivolte ai proprietari degli esercizi è emerso che la motivazione più diffusa e riscontrata è quella di "farsi notare dai turisti giapponesi" o "mostrare ai turisti (giapponesi) il prodotto che possono acquistare".<sup>181</sup> In pochi casi la scelta è stata giustificata dal fatto che "i turisti (giapponesi) apprezzano la merce offerta". All'interno del gruppo delle traduzioni, però, esistono anche unità d'analisi di tipo essenzialmente informativo, che hanno quindi lo scopo di indicare regole o norme e che non hanno quindi uno scopo commerciale o economico. Ne è un esempio l'adesivo all'esterno della porta di un negozio in Calle dei Saoneri 2743 in cui sono presenti più traduzioni di "Spingere", ad indicare il modo per accedere al negozio.<sup>182</sup>



*Immagine 4. Insegna bottom-up esposta sulla porta di un negozio, Calle dei Saoneri 2743.*

---

181 Le frasi virgolettate e trascritte in italico riportano le risposte dirette ricevute. Le parti non in italico o tra le parentesi sono state inserite dall'autore al fine di rendere più comprensibile il contenuto.

182 In questo caso è anche interessante notare come, in ordine dall'alto al basso, non solo la lingua giapponese sia all'ultimo posto, ma la versione in italiano sia successiva a quella inglese "Push".

Diverso è il discorso riguardante le iscrizioni multilingue contenenti trascrizioni: i casi rinvenuti, presentando la trascrizione in rōmaji dei caratteri giapponesi, sono adesivi di loghi (un caso) o trascrivono il nome del negozio al quale si riferiscono (due casi). Spesso gli elementi del primo gruppo (adesivi di loghi) trasmettono informazioni riguardanti i tipi di pagamento possibili all'interno di tale negozio, o sono adesivi di guide turistiche: in questi casi la necessità di mostrarsi non si sviluppa semanticamente, ossia attraverso la presentazione di un contenuto in lingua giapponese, ma visivamente. Il logo, nonostante le dimensioni, è immediatamente riconoscibile e porta il turista ad associare quel determinato negozio ad un'atmosfera familiare. Un caso particolare è quello dell'"Osteria Sushi", (Dorsoduro 3958): in questo caso la trascrizione è motivata da un intento opposto. L'inserimento della scritta "Aiki", infatti, è dovuto dall'interesse da parte del proprietario del negozio di farsi notare anche da tutta quella fascia di attori sociali che, non sapendo leggere i kanji (合氣), possono comunque leggere lo script latino, come, ad esempio, i cittadini residenti. L'utilizzo di kanji, in questo caso quindi, è dovuto da questioni prettamente decorative.<sup>183</sup>

Le insegne multilingue che esulano da una canonica classificazione sono tutte copertine di riviste o guide turistiche in cui, sebbene la maggior parte delle frasi siano in giapponese<sup>184</sup>, alcune parole chiave o alcuni titoli sono in italiano o inglese. In questi casi non sarebbe del tutto corretto parlare di multilinguismo frammentario o sovrapposto, né tantomeno di utilizzo complementare delle lingue. A tal proposito è importante far notare come questo tipo di insegne sia motivato dagli stessi interessi degli elementi monolingue con i quali condivide l'origine. Sono stati catalogati, infatti, 3 esempi di copertine o riviste del tutto monolingue. Questi esempi si differenziano da quelli multilingue solo per la totale assenza di una lingua diversa da quella giapponese: l'origine e la motivazione che ha spinto i proprietari ad esporli è infatti comune. Dalle interviste è infatti emerso

---

183 Questo elemento verrà descritto con maggior attenzione nel capitolo 5.

184 Sono infatti riviste rivolte ad un pubblico giapponese.

che i commercianti, avendo saputo che il loro negozio viene citato ed è presente in queste guide su Venezia o in riviste specializzate, hanno deciso di esporre o le copertine intere, o, talvolta, gli articoli ritagliati riguardanti il loro specifico caso. Il motivo più diffuso è quello di *"farsi notare"* e *"far capire ai clienti giapponesi che i nostri prodotti sono ben valutati dalle riviste giapponesi"*. Si capisce il chiaro intento e motivo economico sotteso a queste motivazioni.

Un caso insolito è stato riscontrato durante l'intervista rivolta alle proprietarie di "Rivoaltus", negozio di oggetti in pelle situato sul Ponte di Rialto.<sup>185</sup> L'unità d'analisi in questione è un ritaglio di una guida sui negozi presenti a Venezia. Alla domanda sulle motivazioni che avevano portato le proprietarie ad esporre questo elemento, però, è stato risposto che esse, non sapendo che quella riportata fosse la lingua giapponese, avevano applicato questo ritaglio sulla vetrina del negozio sotto consiglio di altre persone, in segno di buon auspicio. Questo esempio mostra un tipo di contributo del tutto inconsapevole alla creazione del LL.

Per quanto riguarda, infine, le insegne monolingue composte direttamente dai proprietari dei negozi (4 elementi del genere), la funzione informativa riguardante l'attività commerciale è evidente. Dal punto di vista semantico, infatti, esse si prefiggono l'obiettivo di mettere al corrente il fruitore giapponese del prodotto o del servizio offerto. L'unico caso diverso è stato registrato nel negozio di articoli in vetro "Sanzogno Gallery"<sup>186</sup> in cui è presente la scritta in katakana "kameo" (カメオ). In questo caso l'insegna non coincide contenutisticamente con il prodotto presente all'interno del negozio e la motivazione presentata è stata *"c'era da prima, era del negozio precedente"*.

Per quanto riguarda gli elementi *bottom-up* che costituiscono un esempio di multilinguismo parallelo, è stata rivolta un'ulteriore domanda ai proprietari del negozio: per quale motivo la

---

<sup>185</sup> Ponte di Rialto 11. L'unità d'analisi è stata raccolta il 12/07/2018.

<sup>186</sup> Fondamenta de Canonica, San Marco 338.

traduzione in lingua giapponese è collocata in questa posizione? La maggior parte dei commercianti non ha fornito una spiegazione precisa sulle motivazioni circa l'“arrangiamento” dell'insegna. Per quanto riguarda le insegne in cui sono presenti traduzioni in più lingue, infatti, la versione in giapponese o si trova in basso (penultima o ultima) o a sinistra. Analizzando le unità d'analisi utilizzando i paradigmi della *visual semiotic* potremmo asserire che, quindi, la lingua giapponese viene considerata meno importante rispetto le altre. Alcuni commercianti hanno però istintivamente affermato che il motivo che li ha portati a presentare in maniera più visibile le traduzioni in inglese (o francese) è legato alla nazionalità dei loro clienti, soprattutto americani, inglesi e francesi. Alcuni hanno inoltre aggiunto che il far prevalere la lingua inglese sia dettato dal fatto che “*ormai tutti la conoscono* (la lingua inglese)” in qualità di lingua franca.<sup>187</sup>



*Immagine 5. Insegna che mostra un esempio di collocazione in ultima posizione della lingua giapponese. Fotografata all'esterno del minimarket “Il Buongusto”, Salizada San Canzian 5555.*

Dopo aver esposto la serie di motivazioni coinvolte nella scelta di utilizzare la lingua giapponese nelle iscrizioni visibili, è necessario soffermarsi sul valore sociale che tale azione ricopre.

---

187 L'analisi delle interviste verrà affrontata in maniera più approfondita nell'ultimo capitolo.

Rifacendoci alle considerazioni circa le definizioni di "azione sociale" proposte nel Capitolo 1 e tenendo presente le caratteristiche di questo caso studio, risulta evidente la congruenza tra il LL analizzato e l'accezione boudoniana presentata. Secondo Boudon, infatti, le azioni sociali (guidate sia dalla razionalità che dalle "buone ragioni") possono fornirci informazioni riguardanti le motivazioni e le scelte ad esse implicite. Nell'ambito del LL questo si traduce nell'interpretazione in termini di interesse e beneficio che l'*authorship* ha nello scegliere di utilizzare la lingua giapponese. Lo spazio simbolico che va a costituirsi, quindi, non è il frutto della necessità di emergere o rappresentarsi (da parte degli attori sociali giapponesi), ma rappresenta l'insieme di interessi (economici) che i cittadini residenti hanno nell'utilizzare tale lingua.

Dall'analisi delle interviste è emerso che, se non per un caso<sup>188</sup>, non esiste corrispondenza tra iscrizione in giapponese e "origine" giapponese del luogo in cui tale elemento è stato rinvenuto. Ciò ci porta ad escludere la teoria secondo la quale il linguaggio esposto e visibile abbia la funzione di rappresentare simbolicamente l'identità etnica del gruppo di parlanti al quale si riferisce. Il fatto che non esista una comunità etnolinguistica giapponese all'interno del contesto analizzato conferisce attendibilità alla considerazione appena proposta: in un contesto in cui non sussiste necessità alcuna di auto-rappresentarsi, affermarsi o emergere all'interno di un'arena multilingue, è normale che i cittadini giapponesi non ricoprano il ruolo di autori o contributori diretti del LL. Allo stesso modo, quindi, la lingua giapponese esposta nel contesto analizzato, non ha la funzione di indicare e demarcare gli spazi o i confini del "territorio geografico"<sup>189</sup> abitato dalla rispettiva comunità parlante. La successiva analisi sul valore sociale della scelta e dell'esposizione linguistica

---

188 È il caso delle iscrizioni esposte sulla vetrina del negozio Muji, in Fondamenta Santa Lucia 23. Muji è infatti una multinazionale giapponese.

189 BOURHIS, LANDRY, *Linguistic Landscape...*, cit., p. 25.

ha inoltre dimostrato un'effettiva congruenza con la teoria sociologica boudoniana, secondo la quale l'azione sociale è volta al raggiungimento dei propri interessi e fini. L'attitudine dell'*authorship* nei confronti sia del linguaggio che dell'ipotetico fruitore si basa principalmente sulla previsione della presenza di turisti giapponesi in grado di comprendere il valore semantico delle iscrizioni. Da questo tipo di considerazioni riguardanti le informazioni evincibili ed enucleabili attraverso lo studio delle insegne, si ripresenta l'interrogativo già proposto: in assenza di una comunità linguistica giapponese residente, quale tipo di rappresentazione identitaria costituisce il LL giapponese nel Centro storico di Venezia? O ancora, quale tipo di spazio simbolico viene creato dall'inserimento di insegne contenenti la lingua giapponese? Le descrizioni riguardanti l'*authorship*, coniugate con le caratteristiche del contesto socio-economico di riferimento, offrono lo spaccato degli intenti che muovono questi attori sociali nella scelta della lingua, dello stile o del registro. Il paragrafo successivo si soffermerà sulla presentazione degli ipotetici fruitori e sul ruolo che essi hanno nella creazione e percezione del LL.

Le descrizioni di queste due categorie di attori sociali, dei loro rapporti e delle loro interazioni linguistiche ci permetterà di rispondere agli interrogativi appena proposti circa il processo e il significato di rappresentazione collegato al LL.

### 3.3.2 *Fruitori*

Come presentato nel Capitolo 1, ogni attore sociale (che esso sia "mittente" o "destinatario" delle iscrizioni) partecipa della creazione e del dinamismo del LL. Ciò che differenzia i casi studio è il tipo di interazione tra attori sociali e linguaggio, che si manifesta nelle diverse scelte linguistiche o nei processi di identificazione e rappresentazione. Questa eterogeneità è dovuta a tutte quelle variabili riguardanti il contesto socio-economico e la stratificazione demografica dell'area urbana

analizzata. Kallen, nel suo studio sul turismo e il LL<sup>190</sup> presenta tre termini diversi che possono essere utilizzati per descrivere ed indicare il ruolo del fruitore: destinatario, pubblico ed "origliatore". Questi tre concetti rispecchiano e riflettono le diverse collocazioni che un turista può avere di fronte al LL, basandosi sulle specificità di quest'ultimo. Il primo caso, infatti, implica l'esistenza di un LL rivolto al turista e mostra quindi la propensione da parte dell'*authorship* di creare un ambiente comprensibile. Così facendo il turista diventa quindi il destinatario di tale LL. Il secondo caso, invece, sottende l'esistenza di un LL costruito con l'obiettivo di "raggiungere" la fascia più ampia possibile di lettori. Ciò significa che il fruitore assume il ruolo di pubblico in quanto, all'interno del multilinguismo del contesto, esiste la possibilità di trovare elementi linguistici comprensibili e familiari. Questo fattore dipende dalla congruenza tra le previsioni dell'*authorship* e le effettive presenze turistiche. L'ultimo caso, quello in cui il fruitore può essere considerato come un origliatore, è dovuto all'impostazione del LL, rivolto e dedicato ai cittadini autoctoni anziché ai turisti.

Per quanto riguarda il caso studio presentato, sono già state esposte considerazioni circa l'ambiente in cui il LL è stato studiato ed analizzato, ponendo particolare attenzione all'eco linguistico che ha il turismo. È stato quindi già accennato come il destinatario del LL giapponese sia, spesso, un turista. L'ipotetico fruitore del LL giapponese nel Centro storico di Venezia è quindi "estraneo" a questo contesto urbano e vi transita in qualità di turista. Riprendendo le categorie presentate da Kallen, quindi, il turista giapponese assume il ruolo di pubblico nei confronti del LL. Tenere presente il tipo di turismo che ha luogo nel contesto analizzato (che, come è già stato esposto, è caratterizzato dalla brevità della permanenza), ricordando anche che le interazioni che vi possono avvenire sono caratterizzate dalla fugacità e dalla rapidità, servirà al fine di elaborare considerazioni circa il valore

---

190 KALLEN, *Tourism and representation...*, cit., p. 274.

delle iscrizioni in lingua giapponese. L'analisi e classificazione di quest'ultime, unita alle considerazioni circa l'estraneità del fruitore, è utile al fine di comprendere come le varie motivazioni sociali e comunicative si riflettano nella composizione del LL, mostrando la propensione dell'*authorship* verso il destinatario del messaggio.

Prima di affrontare la possibilità di evincere informazioni riguardanti l'ipotetico lettore tramite la classificazione delle unità d'analisi, è importante presentare brevemente come le insegne multilingue possano differenziarsi. Il criterio per la categorizzazione di esse è il modo in cui una o più lingue vengono impiegate; ciò riflette non solo l'eventuale coerenza con le politiche linguistiche, ma anche l'intento che l'attore sociale ha nel rivolgersi ad un determinato tipo di pubblico. Attenendoci a Reh, il multilinguismo all'interno delle insegne può essere di quattro tipi: parallelo, complementare, frammentario e sovrapposto.<sup>191</sup> Nel primo caso si ha a che fare con traduzioni che, pur mantenendo e presentando lo stesso contenuto semantico, sono in più lingue. Nel secondo caso più lingue vengono combinate simultaneamente, essendo utilizzate per rappresentare contenuti semanticamente diversi tra di loro. Nel terzo caso l'intera informazione è riportata in una sola lingua e solo alcune parti sono tradotte in una o più lingue. Nell'ultimo caso, infine, avremo solo una parte dell'informazione riportata tradotta in almeno un'altra lingua. A questi quattro tipi di multilinguismo possono essere dunque associati quattro diversi tipi di fruitore. Adottando quindi un criterio definito "*reader-oriented*", si può asserire che, tendenzialmente, un'insegna esclusivamente monolingue (scritta quindi solamente in giapponese) ha l'obiettivo di rivolgersi in maniera precisa e univoca ad un individuo in grado di comprendere tale lingua. Così facendo, però, vengono automaticamente esclusi tutti gli altri attori sociali. All'interno del LL sono stati ritrovati pochissimi elementi di questo

---

191 Mechthild REH, "Multilingual writing: a reader-oriented typology. With examples from Lira Municipality (Uganda)", *International Journal of the Sociology of Language*, 170, 2004, pp. 1-41, p.8.

tipo e, sebbene geograficamente distanti (appartenevano a negozi diversi) e semanticamente differenti, possono essere considerati come frutto delle stesse intenzioni: rivolgersi ad un pubblico giapponese in quanto, generalmente, il turista giapponese apprezza il tipo di prodotto offerto. Un'insegna multilingue contenente iscrizioni parallele in diverse lingue (giapponese compresa) mostra la propensione da parte dell'autore di suscitare interesse nei confronti del lettore giapponese, ma si propone di includere anche gli altri passanti. Questo tipo di insegne è decisamente il più numeroso e rappresenta la possibilità che, oltre agli altri turisti, ce ne siano alcuni giapponesi. Le insegne in cui la relazione tra più lingue è di tipo complementare, invece, presuppongono un lettore in grado di comprendere le diverse lingue presenti nel testo. Gli unici elementi presenti nel Centro storico e riconducibili a questo arrangiamento sono costituiti da ritagli o copertine di riviste esposte nelle vetrine. Spesso si tratta di guide turistiche su Venezia o depliant specifici per il tipo di prodotto venduto. In questi casi, sebbene il contenuto della descrizione sia scritto completamente in giapponese, il titolo, i paragrafi, i nomi propri, i recapiti o la posizione del negozio sono riportati in italiano o in inglese. Considerata però la semplicità delle parole riportate in lingua diversa da quella giapponese (comprensibili anche intuitivamente grazie alle illustrazioni), non è del tutto corretto aspettarsi ed ipotizzare una vera e propria conoscenza linguistica da parte del turista giapponese. Infine, le insegne contenenti un multilinguismo frammentario e sovrapposto mostrano una sorta di gerarchia linguistica: in questo caso notare il ruolo rivolto dalla lingua giapponese ci permetterà di cogliere quale valore e potere simbolico viene associato ad esso da parte dell'autore. All'interno del LL giapponese non sono stati rinvenuti veri e propri casi di insegne multilingue in cui l'utilizzo del giapponese fosse frammentario o sovrapposto; ciò indica che, da parte degli autori, non esiste alcun intento consapevole di stabilire o mantenere una gerarchia linguistica.

Considerate la modalità, la consistenza e l'eterogeneità dell'utilizzo della lingua giapponese da parte dei cittadini residenti e delle previsioni riguardanti i possibili fruitori, si può asserire che, per quanto concerne questo specifico caso studio, il LL può essere concepito come la somma di:

[...] motivating factors and communicative intents of both the sign instigator and the sign recipient. The message form is shaped not only by the desire to perform some specific speech act at a given time and place, but also by the instigator's anticipation of the receptive framework of any hypothesized sign recipient.<sup>192</sup>

In altre parole le motivazioni e gli intenti che portano un individuo ad esporre un'insegna contenente anche elementi linguistici giapponesi sono sia guidate dai propri interessi che dalle previsioni o anticipazioni che egli può fare circa l'ipotetico fruitore. Quest'ultimo, quindi, contribuisce in maniera indiretta alla costruzione del LL: nonostante non ne partecipi attraverso l'inserimento diretto di iscrizioni in lingua giapponese, infatti, costituisce la motivazione per la quale esse vengono esposte in maniera visibile.

Tutte queste considerazioni riguardanti l'*authorship* e gli ipotetici fruitori fanno emergere come l'utilizzo specifico della lingua giapponese all'interno del Centro storico di Venezia sia guidato soprattutto dagli interessi commerciali dei cittadini residenti non giapponesi. Il fruitore "tipo" è il turista, attore sociale estraneo al contesto in cui interagisce con questo LL; la sua transitorietà e la fugacità del contatto con il LL giapponese condiziona a sua volta l'impostazione ed il design di esso. Non esistendo quindi una comunità etnolinguistica giapponese risedente nel Centro storico, bisogna

---

<sup>192</sup> KALLEN, *Tourism and representation...*, cit., p. 272.

escludere la teoria per la quale il LL sia espressione simbolica del proprio gruppo di parlanti. I processi di rappresentazione identitaria e di creazione simbolica dello spazio devono essere quindi riadattati; il LL può essere così considerato come il compromesso tra le necessità dei cittadini residenti e l'ipotetico fruitore. Il fatto che il LL non abbia contribuito alla creazione simbolica dello spazio e del discorso identitario in senso tradizionale è confermato, come si è fatto notare, anche dalla "collocazione" che la lingua giapponese ricopre all'interno delle insegne multilingue e del multilinguismo in generale dell'area analizzata. È quindi la diversificazione e l'eterogeneità degli intenti e delle motivazioni ad essere rappresentata nel LL giapponese; così facendo il contributo che tale oggetto apporta al multilinguismo del Centro storico deve essere compreso in termini socio-economici più che etnici.

È emersa infine l'impossibilità di scindere completamente i ruoli dell' *authorship*, dei fruitori e dell'uso del linguaggio. La suddivisione in paragrafi, infatti, è servita solo ad evidenziare l'esistenza di queste due "parti" ma, nell'affrontare la loro descrizione, si è resa palese la loro interdipendenza.

Nei prossimi paragrafi verranno presentate ulteriori considerazioni circa le particolarità di questo caso studio e la necessità di ridefinire l'apparato teorico da prendere in riferimento.

### 3.4 Il linguaggio

Nell'affrontare le questioni teoriche a fondamento del discorso sul LL sono stati individuati tre concetti: visibilità, salienza e vitalità. Dopo aver specificato come le definizioni precedenti non si confacciano completamente (per quanto concerne soprattutto il tipo di interazione tra gli attori sociali ed il linguaggio) agli interrogativi di ricerca di questo studio, è necessario ricontestualizzare queste parole chiave. Solo così sarà infatti possibile cogliere il valore che può assumere il LL

all'interno di un'area urbana quasi totalmente dedicata alle attività turistiche. Inoltre, conferendo nuove accezioni e funzioni ai tre termini, emergeranno considerazioni circa il ruolo che il LL ha all'interno del Centro storico di Venezia.

Il primo concetto da adattare al caso studio è quello di visibilità. Nel Capitolo 1 è stato già esplicitato quanto sia forte il legame tra lingua dominante e frequenza (di tale lingua) all'interno del LL. Ciò significa che un gruppo linguistico cospicuo, numeroso e, quindi, gerarchicamente più forte, riuscirà ad emergere almeno simbolicamente all'interno del LL attraverso una maggiore frequenza di iscrizioni, che determina l'elevata visibilità del proprio linguaggio. Questo fenomeno si inserisce però anche nel discorso delle politiche linguistiche che possono vigere all'interno di un determinato contesto e che influenzano quindi le decisioni ed il design del LL. Nel momento in cui, infatti, vengono sancite regole e norme circa l'ufficialità di una lingua o di un registro, queste si ripercuoteranno anche nel processo che guida la determinata scelta linguistica. Nel caso studio di questa ricerca, come si è già fatto notare, non si può parlare di un gruppo linguistico giapponese residente nel Centro storico di Venezia né tantomeno di norme legislative in materia linguistica. In questo contesto la visibilità della lingua giapponese va configurata ed interpretata come il frutto delle decisioni e delle intenzioni di commercianti, ristoratori o del Comune stesso. Allo stesso tempo le motivazioni che muovono chi produce il LL verso la scelta dell'adozione della lingua giapponese sono anche guidate da previsioni che hanno per oggetto l'ipotetico e probabile fruitore. La scelta non è quindi solo e puramente arbitraria, ma si basa sulla previsione della consistenza dell'eventuale "risposta". Si conferma quindi la teoria presentata nel paragrafo precedente e, quindi, il concetto di visibilità va inteso in relazione al rapporto offerta-domanda: il linguaggio diventa più visibile grazie all'offerta (chi produce il LL), che a sua volta si basa sulla domanda (per chi è prodotto il LL).

Il termine "salianza" era stato descritto in termini di importanza e riconoscibilità che acquisisce (o ha di partenza) una determinata lingua all'interno del LL. Ciò significa che il riconoscimento visivo e semantico di un segno linguistico hanno eco nel "potere" di una lingua. Secondo la linguistica cognitiva, infatti, la percezione e ricezione visiva del segno sono alla base della salianza di una lingua. Se nello studio del LL questo concetto è del tutto collegato allo *status quo* di una determinata lingua e all'interesse della rispettiva comunità di parlanti di distinguersi, nel caso studio qui presentato avremo una leggera traslazione nella definizione. Il LL giapponese presente nel Centro storico di Venezia, costituito maggiormente da elementi *bottom-up*, infatti, mostra come l'interesse di chi lo produce non sia rivolto ad accrescere la salianza di un determinato linguaggio, ma alla salianza che un negozio o un esercizio commerciale può raggiungere attraverso l'utilizzo di tale linguaggio. In altre parole, allo scopo di rendere il proprio negozio riconoscibile o visivamente più "importante" (attirando quindi un numero maggiore di clienti e vincendo la competizione), viene adottata una determinata scelta linguistica. Anche in questo caso la previsione del target al quale ci si vuole riferire gioca un ruolo fondamentale.

Nello spiegare l'ultimo concetto, quello di vitalità, era emersa la questione circa la non corrispondenza tra visibilità linguistica e rispettiva comunità parlante. In altre parole il LL, basandosi sui dati sensibili e visivi, non può essere considerato come uno strumento attendibile alla determinazione della vitalità di un determinato gruppo linguistico. Nell'analisi del LL giapponese del Centro storico, però, emerge una considerazione importante. L'attenzione che chi produce le insegne rivolge all'ipotetico fruitore mostra come, effettivamente, debba esistere un'attinenza tra la presenza di una lingua e gli attori sociali che interagiscono all'interno del contesto esaminato. Si può quindi asserire che, per quanto concerne l'oggetto di questa ricerca, la vitalità può essere intesa come indicatore degli arrivi e della percentuale di turisti giapponesi che visitano il Centro storico.

Una volta ridefiniti questi concetti si può procedere con le considerazioni riguardanti il valore del LL all'interno del Centro storico e il ruolo che esso gioca all'interno del fenomeno turistico.

### *3.4.1 LL e il contesto turistico*

Dopo aver evidenziato come il corpus teorico e metodologico debba essere flessibile al fine di sopperire alla necessità di rispondere agli interrogativi del contesto che si vuole analizzare, è necessario puntualizzare le peculiarità del rapporto che intercorre tra il LL e il turismo. È evidente che questi due ambiti siano legati da un insieme di interrelazioni concausali ed interdipendenti che rendono il LL la proiezione verbale della sfera turistica. Questo perché è proprio il fenomeno del turismo, con le sue ripercussioni demografiche, linguistiche e sociologiche a costituire il contesto sociolinguistico con il quale il LL interagisce.

Come già esposto nel paragrafo precedente, infatti, all'interno di un LL costruito in una zona particolarmente turistica, i concetti di visibilità, salienza e vitalità possono essere indicativi dell'eterogeneità della provenienza dei visitatori (che porta con sé una moltitudine di lingue e attitudini). Questo tipo di considerazioni è di fondamentale importanza in quanto ci aiuta nella comprensione del valore informativo e simbolico del LL in ambito turistico. Nel Capitolo 1 è stata affrontata la questione dei due significati che può assumere, per i ricercatori, il LL. Prendendo come assunto la constatazione che il contesto sociolinguistico di riferimento è costituito dalle ripercussioni che il fenomeno turistico ha nell'area analizzata, anche in questo caso è necessario riconsiderare questi concetti teorici.

Il valore informativo del LL non sarà tanto quello di marcatore dell'area in cui tale lingua è parlata, ma un indicatore delle lingue che, in potenza, potrebbero essere comprese all'interno di tale

perimetro. Mostra quindi la stratificazione e la composizione del turismo. Nello specifico, il valore informativo del LL giapponese rappresenta la possibilità di comprendere i due opposti punti di vista: quello di chi lo produce e quello di chi ne fruisce. Nel primo caso potremmo asserire che il valore informativo del LL mostra la volontà e l'intenzione dei residenti di rendere comprensibile un determinato messaggio. Nel secondo caso, invece, mostra la possibilità che, all'interno del Centro storico, qualcuno possa comprendere il contenuto semantico di tale iscrizione.

La funzione simbolica, invece, rappresenta quell'insieme di informazioni sociologiche e demografiche evincibili mediante l'analisi del LL. Per quanto concerne questo specifico caso studio, quindi, un'analisi qualitativa e quantitativa del LL giapponese ci permetterà di ricavare informazioni circa il tipo di fruitore al quale ci si vuole rivolgere. La collocazione geografica delle insegne o il loro contenuto semantico, ad esempio, sono indicatori che rappresentano simbolicamente le attitudini dell'ipotetico turista, consentendoci dunque di tracciare un profilo sociologico e sociolinguistico di esso.

Per quanto concerne la collocazione dei discorsi sul LL all'interno del contesto turistico è inoltre necessario esplicitare altre due considerazioni. La prima riguarda il contatto tra il turista e la città visitata. Secondo Kallen parte dell'esperienza turistica risiede proprio nell'entrare in contatto con un contesto linguistico diverso, che rende il viaggio un modo per estraniarsi e distaccarsi dalla quotidianità.<sup>193</sup> La totale assenza di iscrizioni in lingua diversa da quella autoctona, però, potrebbe interferire nell'esperienza del turista. Il LL diventa così uno strumento utile alla creazione di un'atmosfera (almeno in parte) familiare e di un'esperienza linguistica comprensibile per il turista<sup>194</sup>,

---

193 KALLEN, *Tourism and representation...*, cit., p. 271.

194 *Ibidem*.

contribuendo al superamento delle barriere linguistiche. Quest'ultime costituiscono un cruciale problema anche per chi lavora all'interno dell'industria turistica<sup>195</sup>, quindi:

Since it is difficult to sell goods or services to people who cannot understand what is on offer or how to obtain it, both the industry and the consumer may develop a mutual interest in achieving linguistically uncomplicated communication.<sup>196</sup>

Emerge nuovamente l'osservazione secondo la quale, nel caso del LL giapponese all'interno del Centro storico di Venezia, l'interesse commerciale dirige i residenti nell'espore iscrizioni parallele o complementari in lingua giapponese.

La seconda considerazione ricavata dall'analisi dell'incontro tra il turista e il LL della città riguarda la decisione, da parte dei commercianti, di utilizzare la lingua giapponese. Questa, a sua volta, sottende almeno altri tre processi "di scelta": la scelta pragmatica, la scelta del codice e la scelta dell'ipotetico destinatario.<sup>197</sup> Il primo caso riguarda il tipo di messaggio che si vuole rendere comprensibile, che esso sia comportamentale (ad esempio sulle norme da rispettare), informativo o, addirittura, cognitivo (nozioni riguardanti le caratteristiche del luogo). Il secondo caso è rivolto essenzialmente all'aspetto estetico del messaggio, e riguarda quindi la scelta del font o dell'alfabeto. Come già accennato la lingua giapponese comprende quattro sistemi di scrittura e, il far prevalere uno nei confronti degli altri può rendere l'iscrizione più o meno comprensibile al turista.<sup>198</sup> L'ultimo

---

195 Nel caso del Centro storico, non solo gli albergatori e i ristoratori, ma anche la maggior parte degli altri esercizi commerciali (negozi di souvenir, di prodotti tipici o, talvolta, anche di abbigliamento) hanno interesse nell'ambito turistico.

196 KALLEN, *Tourism and representation...*, cit., p. 271.

197 KALLEN, *Tourism and representation...*, cit., p. 277.

198 Basti pensare ad una frase scritta completamente in kanji o, all'opposto, completamente in hiragana. La lettura di tale messaggio potrebbe risultare più complicata.

caso riguarda la scelta del fruitore che si vuole impressionare. Oltre alle variabili e alle classificazioni sociologiche (età, sesso, estrazione sociale o istruzione), bisogna far notare che, a diversi tipi di turismo (artistico, ricreativo, scolastico o enogastronomico), corrispondono diversi tipi di turisti. Sarà interesse del commerciante decidere a quale target rivolgersi e direzionare di conseguenza anche le altre scelte.

Le considerazioni appena presentate servono a fare chiarezza sulla ricollocazione del discorso sul LL all'interno di un contesto sociolinguistico caratterizzato da particolari interazioni e relazioni tra i diversi attori sociali. In questo ambito il linguaggio assume funzioni e valori peculiari anche, e soprattutto, in conseguenza alle scelte adottate da chi produce il LL. Così facendo l'analisi del LL si configura nuovamente come un vero e proprio strumento da adottare per comprendere il contesto circostante (il fenomeno del turismo all'interno del Centro storico).

Questo capitolo, quindi, può essere contenutisticamente diviso in due parti: la prima concentrata sulla descrizione empirica del caso studio; la seconda sulla necessità di ricollocare i concetti chiave a livello teorico. Entrambe le "sezioni" sono state create con l'obiettivo di delucidare i contorni di questo frammentato ed eterogeneo contesto, caratterizzato dall'impossibilità di sottendere criteri teorici e metodologici fissi ed universali. Le considerazioni circa la loro ricollocazione implicano l'urgenza e la necessità di adottare un approccio contestuale (*context-driven*) che riesca quindi ad adattarsi e a rendersi funzionale nella specifica area urbana analizzata. Emerge quindi un nuovo insieme di definizioni e classificazioni che vanno a costituire il discorso attorno e sul LL giapponese del Centro storico. Come già esplicitato le motivazioni che hanno portato a questa riformulazione teorica sono molteplici e si basano sulle caratteristiche proprie di questo caso studio. L'assetto

geografico-territoriale, la componente demografica e il particolare impiego del linguaggio all'interno del Centro storico, contribuiscono alla particolarità dell'oggetto di ricerca.

Particolare attenzione è stata rivolta al rapporto tra il fenomeno del turismo e lo specifico utilizzo della lingua giapponese. Dalla panoramica presentata si evince come l'attitudine, l'atteggiamento e la predisposizione dell'ipotetico lettore vadano a caratterizzare l'intero rapporto tra individuo e LL. In altre parole l'inesistenza di una comunità linguistica giapponese residente dentro il Centro storico, la transitorietà e la rapidità di interazioni coinvolte nella sua fruizione e, conseguentemente, la creazione di un LL giapponese da parte di individui "estranei" a questa lingua, solleva interrogativi ai quali è possibile rispondere mediante la considerazione di un approccio più obliquo. È infatti emersa la necessità di valutare ed analizzare le motivazioni e gli scopi che spingono gli individui ad esporre insegne contenenti la lingua giapponese. La visione globale del LL diventa così uno strumento volto alla comprensione dell'aspetto socio-economico esplicitato e rappresentato attraverso il linguaggio.

Per quanto concerne la serie di scelte linguistiche, stilistiche o estetiche coinvolte nella creazione del LL giapponese, è già stata offerta una breve panoramica che illustra le dinamiche decisionali e psicologiche che fanno da sfondo alla produzione delle insegne contenenti la lingua giapponese. Questi aspetti verranno affrontati in maniera più approfondita nel prossimo capitolo, dove maggior attenzione verrà rivolta all'esposizione e giustificazione della metodologia creata per affrontare l'analisi.

## CAPITOLO 4

### Metodologia per il caso studio

Dopo aver descritto i tratti principali e caratteristici di questo caso studio, degli attori sociali che vi interagiscono e dello specifico utilizzo della lingua giapponese, è utile presentare il processo di costruzione della metodologia che è stata adottata. Conformemente a quanto è stato fatto con l'apparato teorico, riconfigurato e riadattato all'interno del discorso attorno al Centro storico di Venezia, anche i criteri di ricerca e i paradigmi d'analisi sono stati discussi e ricollocati affinché diventassero strumenti funzionali per le due fasi in cui la ricerca si sviluppa. Anche in questo caso si seguirà il modello metodologico generale (presentato nel Capitolo 2), dal quale verranno estratte, enucleate e reinterpretate le indicazioni sistematiche da seguire nel procedere con la ricerca delle unità d'analisi, la loro classificazione e, infine, la loro interpretazione.

Come già accennato la ricerca sul LL giapponese si è articolata in due fasi: la prima riguardante la raccolta delle unità d'analisi (con implicita e preliminare determinazione teorica di esse); la seconda ha invece per oggetto la categorizzazione degli elementi raccolti e la conseguente discussione di essi. Per questo motivo, a livello metodologico, è risultato necessario presentare e stabilire non solo i criteri teorici riguardanti la zona esaminata o le caratteristiche delle unità d'analisi, ma anche alcune regole riguardanti la prassi da seguire nella classificazione e nell'interpretazione di esse.

#### 4.1 Prima fase: la ricerca sul campo

Questa prima fase ha come scopo la raccolta delle unità d'analisi utili alla comprensione del valore e delle funzioni che il LL giapponese può acquisire all'interno del Centro storico. È preliminarmente necessario, però, soffermarsi sulla determinazione geografica di tale area, presentando i confini o gli eventuali punti di riferimento presi in considerazione.

Per quanto concerne l'apparato metodologico coinvolto nella determinazione delle caratteristiche delle unità d'analisi e la fase di concreta raccolta e catalogazione di esse, sarà inoltre necessario fornire una metodologia che preveda il sistematico riconoscimento del segno linguistico e che sappia servirsi di una strumentazione utile per documentarle.

#### *4.1.1 Definizione del campo empirico*

Nel capitolo precedente sono già state esposte le caratteristiche dell'area analizzata. Insieme ai dati riguardanti la superficie e i confini della zona in cui si è svolta la ricerca di unità d'analisi, sono state anche offerte le giustificazioni che hanno condotto alla decisione di considerare il solo Centro storico. Oltre alle motivazioni sono stati presentati anche i limiti riscontrati in questa fase, causati non solo dall'assetto territoriale e geografico dell'area considerata, ma anche dal peculiare ambiente sociale che la caratterizza. In questo paragrafo verranno quindi solo brevemente ricordate.

L'area considerata nella ricerca comprende il Centro storico di Venezia che, articolandosi in sei Sestieri (Dorsoduro, Cannaregio, Santa Croce, San Polo, San Marco e Castello) raggiunge una superficie di circa 8 km<sup>2</sup> (la superficie non è comprensiva delle acque dei canali e dalla Laguna che circonda il Centro storico). I due poli longitudinali distano all'incirca 5 km mentre, latitudinalmente, la distanza è di circa 3 km. Considerato lo scopo della ricerca, analizzare il LL giapponese presente all'interno di questa area, è stato ritenuto importante prendere in considerazione l'intero perimetro anziché una particolare zona. Le motivazioni dietro a questa decisione sono essenzialmente due. La prima è giustificata dall'impostazione della stessa ricerca: come appena accennato, lo scopo di questa indagine è quello di analizzare le manifestazioni linguistiche giapponesi all'interno del Centro storico. È risultato quindi importante anche osservare

zone meno turistiche e meno frequentate. La seconda motivazione è dettata dal fatto che non sono stati rinvenuti criteri sufficientemente consistenti da far prevalere una zona (o un Sestiere) sull'altra. Non sono stati presi dei veri e propri punti di riferimento; nel procedere con la raccolta delle unità d'analisi si è tenuto conto del Sestiere in cui si stava svolgendo l'indagine. Talvolta è stato necessario vagliare la stessa calle più volte e in diversi orari. Il limite di questa fase è appunto costituito dal fatto che spesso l'ingente quantità di turisti e residenti che affollavano la calle non permetteva la visione delle vetrine o delle pareti di attività commerciali o dello stesso Centro storico.

#### *4.1.2 Determinazione dell'unità d'analisi*

Creare preliminarmente dei criteri metodologici per il riconoscimento dell'unità d'analisi si renderà utile non solo in questa prima fase, ma anche nella successiva, riguardante la loro catalogazione.

Per questa ricerca sono stati presi in considerazione solo i casi in cui la lingua giapponese fosse ben visibile e percepibile dall'esterno di qualsiasi tipo di palazzo o parete. Sono stati quindi esclusi tutti quei cartelli o quelle insegne presenti all'interno di negozi, hotel o abitazioni non distinguibili dai fruitori che visitano o transitano per le vie del Centro storico.

Per quanto concerne la dimensione dell'unità d'analisi, sono state considerate tutte le iscrizioni visibili e sufficientemente grandi da essere percepite e comprese dai fruitori. Non sono stati riscontrati casi di cartelli, insegne o adesivi talmente piccoli da essere esclusi.

Determinante in questa fase è stata anche la considerazione sulla permanenza degli elementi linguistici: non sono stati presi in considerazione le rappresentazioni linguistiche "mobili", come ad esempio biglietti o carte trovate per terra, stampe su capi d'abbigliamento indossato dai passanti o scritte su imbarcazioni e altri mezzi pubblici. A tal proposito è necessario far notare come l'"immobilità" di un elemento non implichi necessariamente la sua collocazione permanente nel

tempo in quel preciso luogo. Per sua natura, infatti, il LL si configura come un oggetto di ricerca estremamente dinamico; questa sua caratteristica è data anche dall'iniziativa degli attori sociali che lo costruiscono, i quali possono decidere di inserire nuovi cartelli e rimuoverne altri. È importante quindi ricordare che, seppur fisso su di una parete, il segno linguistico resta pur sempre suscettibile all'intenzione degli attori sociali.

Tutti i criteri appena presentati si concentrano sulla determinazione fisica delle unità di misura, e non sul valore semantico del linguaggio in esse contenuto. Questo secondo aspetto si configurerà a sua volta come criterio nella seconda parte della ricerca, quella volta alla classificazione dei dati raccolti.

#### *4.1.3 Raccolta delle unità d'analisi e strumentazione*

Una volta precisate le determinazioni circa l'area di indagine e le caratteristiche fisiche dell'unità d'analisi da rintracciare, si è proceduto nella loro ricerca ed individuazione. Gli elementi visivamente percepibili sono stati fotografati, catalogati in base alla posizione e all'indirizzo del ritrovamento ed eventualmente associati al palazzo, al campo o al negozio in cui sono stati trovati. Per fotografare le unità d'analisi è stato utilizzato un telefono cellulare; alcune foto sono state poi inserite direttamente all'interno di questo studio, al fine di fornire un chiaro esempio dell'argomento presentato. Sono stati documentati, in totale, 52 campioni.

A questo punto è necessario presentare e giustificare i due principali criteri metodologici adottati in questa fase di raccolta, importanti soprattutto nella successiva fase di analisi quantitativa degli elementi. Il primo riguarda la decisione di non fotografare più volte la stessa insegna. La maggior parte degli elementi *top-down* e alcuni *bottom-up*, infatti, sono stati rinvenuti più volte all'interno dell'area vagliata. Nel primo caso si tratta di insegne multilingue contenenti traduzioni che

forniscono indicazioni comportamentali.<sup>199</sup> Le unità d'analisi di tipo *bottom-up* ritrovate più volte, invece, sono gli adesivi esposti sulle vetrine o all'ingresso di negozi con l'obiettivo di mostrare i diversi tipi di pagamento autorizzati all'interno del locale. Le motivazioni dietro a questa decisione sono due. Se fossero stati considerati e contati tutti gli elementi ripetuti, infatti, la descrizione della panoramica quantitativa ne avrebbe risentito. Si è preferito quindi contarli come un solo esempio all'interno dell'analisi quantitativa globale del LL.

Per quanto concerne, invece, la catalogazione di più rappresentazioni linguistiche esposte nello stesso luogo<sup>200</sup>, allo scopo di cogliere l'eterogeneità stilistica, semantica e linguistica del LL si è deciso di prenderle in considerazione separatamente. In altre parole, la condivisione dell'ubicazione non è stata ritenuta preponderante al fine della quantificazione degli elementi: così facendo, ad esempio, due ritagli di rivista, rappresentando un contributo linguistico, semantico, tematico o stilistico diverso, sono stati considerati come due unità d'analisi, seppur collocate all'esterno dello stesso negozio.

#### 4.2 Analisi e classificazione dei dati

La seconda fase della ricerca si articola nello sviluppo della classificazione e della categorizzazione delle unità d'analisi raccolte, adottando approcci e paradigmi diversi con l'obiettivo di fornire una visione completa e sincretica del LL giapponese. I processi decisionali impliciti e sottesi alle scelte linguistiche, stilistiche, pragmatiche e del fruitore costituiscono il punto di partenza, nonché la condizione d'esistenza degli interrogativi affrontati nella fase d'analisi. Essi devono essere inoltre

---

<sup>199</sup> Si tratta degli adesivi "*Ocio al tacuin*", dei pannelli di *#EnjoyRespectVenice* e dei cartelloni autoportanti della Biennale.

<sup>200</sup> Come ad esempio diversi cartelli, ritagli o insegne presenti sulla stessa vetrina (o su diverse vetrine) di un unico luogo.

configurati in qualità di criteri tematici e disciplinari utili al fine di procedere in maniera coerente ed ordinata nell'esame degli elementi.

Questa fase è stata suddivisa in quattro sezioni: analisi qualitativa, analisi quantitativa, *visual-semiotic* e interpretazione delle interviste. Le prime due sono ovviamente interconnesse e si implicano a vicenda, ma per questioni argomentative verranno presentate separatamente.

#### *4.2.1 Analisi qualitativa*

Dal punto di vista metodologico, la presente analisi qualitativa si serve di criteri e paradigmi volti alla creazione di classificazioni funzionali alla comprensione su più livelli del LL giapponese. Gli interrogativi affrontati in questa analisi riguardano:

- il riconoscimento e suddivisione delle unità d'analisi nei due canonici gruppi "*bottom-up*" e "*top-down*";
- la categorizzazione delle unità d'analisi monolingue e multilingue;
- l'individuazione, all'interno degli elementi multilingue, dei diversi utilizzi semantici della lingua giapponese (traduzioni, trascrizioni o impiego complementare).

Emerge quindi la necessità di porre attenzione al valore semantico e linguistico dell'unità d'analisi raccolta, fino ad ora considerata e riconosciuta in base alle sue caratteristiche fisiche.

##### *4.2.1.1 Elementi bottom-up e top-down*

Il riconoscimento e la classificazione delle unità d'analisi *bottom-up* e *top-down* è stato intuitivo in quanto dipendente dal luogo in cui sono stati ritrovati gli elementi raccolti. A livello metodologico, quindi, prima ancora delle considerazioni semantiche, si è tenuto conto della collocazione e dall'associazione di tale iscrizione ad un eventuale palazzo o luogo gestito privatamente.

#### 4.2.1.2 Disambiguazione tra elementi monolingue e trascrizioni multilingue: come considerare l'utilizzo del "rōmaji"?

Come già anticipato nel capitolo precedente, la specificità propria della lingua giapponese rende necessaria una puntualizzazione circa il criterio per la categorizzazione degli elementi multilingue o monolingue. La lingua giapponese coinvolge infatti l'utilizzo di sistemi di scrittura: *hiragana*, *katakana*, *kanji* e *rōmaji*. Quest'ultimo consiste nell'utilizzo dello script latino e viene impiegato sempre più frequentemente non solo nelle trascrizioni fonetiche, ma anche nell'articolazione di concetti semanticamente indipendenti. Nel momento della categorizzazione delle unità d'analisi è risultato necessario creare un criterio volto alla disambiguazione delle unità d'analisi contenenti questo sistema di scrittura, con l'obiettivo di giustificare la decisione di considerare questi cartelli o queste insegne come esempio di multilinguismo (nello specifico, di trascrizioni).<sup>201</sup> È stata quindi riconosciuta la possibile funzione pragmatica del messaggio, individuandone eventuale valore semantico in relazione al contesto in cui è inserito. In altre parole, trattandosi della trascrizione fonetica di concetti già scritti e rappresentati mediante l'utilizzo di kanji, non è stato riconosciuto un contenuto semantico indipendente. Se si considera inoltre la premessa secondo la quale il LL giapponese è rivolto agli attori sociali giapponesi presenti all'interno del Centro storico, si può asserire che decade anche la funzionalità di tale sistema di scrittura: queste trascrizioni, infatti, non possono essere considerate come ausilio alla comprensione della lingua giapponese per i cittadini giapponesi, in quanto, nello specifico, riportano la pronuncia dei nomi propri delle attività commerciali. Sono tre gli elementi di questo tipo<sup>202</sup>, e, inoltre, due di essi mostrano come il processo decisionale coinvolto è, in realtà, opposto. Se infatti tutti gli altri elementi multilingue o

---

201 Non è stato necessario, invece, creare dei criteri metodologici per i casi in cui lo script latino è stato utilizzato per rappresentare concetti semanticamente indipendenti in altre lingue.

202 Due trascrizioni del nome del negozio al quale sono affisse e una trascrizione, all'interno di un adesivo, del nome di un artista.

monolingue costituenti il LL giapponese hanno trovato ragione d'esistenza nella necessità (da parte dei cittadini residenti) di proporsi al fruitore giapponese, in questi due casi l'intenzione di chi ha prodotto queste insegne era quella di rendersi comprensibile anche ai cittadini in grado di comprendere lo script latino.



*Immagine 6. Esempio di elemento multilingue in cui la parola in katakana non ha valore semantico e costituisce pertanto una trascrizione del nome del negozio, San Marco 112.*

Questo aspetto verrà affrontato con maggior attenzione nel successivo capitolo, riguardante la discussione delle unità d'analisi.

#### *4.2.2 Analisi quantitativa*

Implicita e necessaria anche al fine di rispondere agli interrogativi appena proposti, l'analisi quantitativa è stata impiegata con l'obiettivo di fornire un apporto numerico, volto alla quantificazione e alla stima degli elementi presi in considerazione. Così facendo è stato possibile offrire una panoramica del volume e della frequenza a livello territoriale degli elementi costituenti il LL giapponese. Il contributo dell'analisi quantitativa si è rivelato fondamentale anche nella descrizione della situazione demografica e territoriale del contesto esaminato.

Come già riportato, sono stati documentati 52 elementi; quindi, per quanto concerne l'aspetto linguistico, a livello metodologico questo tipo di analisi mette in luce non solo la consistenza globale del LL giapponese, ma anche quella delle sottocategorie e dei diversi livelli che lo compongono, intersecando questi dati con quelli riguardanti gli attori sociali.

#### *4.2.3 Visual semiotic*

Le considerazioni riguardanti l'impatto visivo che l'unità d'analisi ha sugli eventuali fruitori costituiscono un indicatore molto importante dei processi decisionali preliminari alla loro esposizione. Come già esposto, infatti, la distribuzione e posizione del testo giapponese, l'utilizzo specifico di font e colori può influire nella visione e comprensione del determinato messaggio. Utilizzare i criteri teorici e sistematici propri della *visual semiotic*, affiancati dalle interviste rivolte agli attori sociali, ci permetterà anche di comprendere come le motivazioni dietro alla creazione di tale unità d'analisi, attraverso lo sviluppo in ambito linguistico, trovino effettivo riscontro nella fruizione dell'ipotetico lettore giapponese.

#### *4.2.4 Interviste*

Al fine di fornire una panoramica quanto più possibile completa del ruolo ricoperto dagli attori sociali all'interno del LL, sono state svolte delle interviste sia ai proprietari dei negozi fuori dai quali sono state rinvenute unità d'analisi, che ad alcuni turisti giapponesi.

#### 4.2.4.1 Interviste ad authorship

Sono state svolte 45 brevi interviste ai proprietari dei negozi o dei ristoranti in cui sono esposti elementi linguistici giapponesi. Le domande rivolte sono state cinque:

- 1) *Il suo negozio/ristorante, è stato fondato e/o si trova anche in territorio giapponese?*
- 2) *Vende/offre prodotti giapponesi?*
- 3) *Per quale motivo all'esterno del suo negozio/ristorante è presente una scritta in lingua giapponese?*
- 4) *All'interno del locale qualcuno conosce la lingua giapponese?*
- 5) *Con quale criterio è stato deciso l'ordine con cui sono proposte le traduzioni?*<sup>203</sup>

#### 4.2.4.2 Interviste ai fruitori

Le interviste, rivolte a 10 turisti giapponesi<sup>204</sup>, si sono concentrate sia su specifici elementi linguistici giapponesi, sia sulla percezione del LL giapponese all'interno del Centro storico. Le domande rivolte sono quindi state:

- 1) *Ritiene utile questo tipo di traduzione?*
- 2) *Che cosa crede di trovare all'interno di questo negozio/ristorante?*
- 3) *Ha notato altri elementi linguistici giapponesi all'interno del Centro storico? Se sì, crede siano sufficienti/utili?*

---

203 Questa domanda è stata rivolta solo nei casi in cui l'indegna presentasse più traduzioni. Bisogna inoltre specificare che non è stato possibile intervistare tutti i negozianti o ristoratori (per questo sono 45)

204 Le interviste sono state svolte sul luogo, nelle vicinanze quindi dell'unità d'analisi considerata. È stato preferito questo *modus operandi* al fine di cogliere anche il processo psicologico di associazione semiotica del contesto.

Le considerazioni metodologiche appena proposte sono state esposte al fine di giustificare e spiegare il *modus operandi* adottato nel procedere con la ricerca. Allo stesso tempo, però, esse stesse devono essere considerate come un'unica metodologia, frastagliata e su più livelli, volta alla comprensione dei processi di interazione linguistica ed interpersonale che vanno a costituire questo specifico caso studio. I vari approcci e strumenti presentati, caratterizzati dalla pertinenza al contesto e dall'inerenza alle peculiarità del caso studio, hanno fornito una panoramica coerente e sfaccettata, in grado di far emergere le correlazioni e le interconnessioni tra gli attori sociali (nei diversi ruoli) e l'utilizzo del linguaggio.

La metodologia appena presentata, quindi, è stata costruita partendo dal corpus della letteratura sul LL, ma è stata poi ricollocata e modificata al fine di renderla utile alla specifica ricerca.

Nel prossimo capitolo, servendoci sia dell'apparato teorico (revisionato ed adattato) che di quello metodologico verranno presentati e discussi i dati raccolti, con la conseguente discussione delle caratteristiche e delle peculiarità del LL giapponese all'interno del Centro storico di Venezia.

## CAPITOLO 5

### Presentazione e discussione dei dati: descrizione del LL giapponese

In questo capitolo verranno presentati, classificati e categorizzati i dati raccolti, con l'obiettivo di descrivere il LL giapponese presente all'interno del Centro storico di Venezia. I capitoli precedenti, avendo avuto per oggetto la riconfigurazione dell'apparato teorico e la costruzione di una metodologia *context-driven*, hanno posto le basi che permetteranno lo svolgimento dell'analisi dello specifico caso studio. Come già esposto, infatti, le specificità di questo oggetto di ricerca hanno reso necessaria la ricollocazione contestuale dei concetti chiave teorici ed hanno conseguentemente portato alla creazione di un nuovo discorso sul LL.

Prendendo quindi in riferimento le nuove definizioni teoriche, gli interrogativi di ricerca e l'apparato metodologico creato, si può procedere con la descrizione del LL giapponese. Nello specifico: verrà presentata la consistenza quantitativa del LL giapponese, le motivazioni sottese alla sua creazione, le tipologie di interazioni che vanno a crearsi tra *authorship* e fruitori grazie all'utilizzo di tale lingua e, infine, i processi di rappresentazione identitaria e significazione simbolica dello spazio<sup>205</sup> che hanno luogo proprio grazie e in conseguenza all'esposizione della lingua giapponese. Tutti questi interrogativi, una volta affrontati, permetteranno di cogliere il valore che la lingua giapponese ha all'interno del Centro storico di Venezia nello specifico intervallo di tempo in cui si sono svolte le analisi. Si farà riferimento alle categorie analitiche già presentate nell'apparato teorico, rappresentanti i sottoinsiemi linguistici che compongono il LL giapponese: *top-down* e *bottom-up*,

---

205 Questi due peculiari processi verranno analizzati e presentati attraverso l'adozione di diverse prospettive e punti di vista, assolutamente non auto-escludenti.

monolingue e multilingue (con attenzione rivolta anche alle varie tipologie con cui si presenta il multilinguismo).

Tutte le classificazioni verranno descritte mediante un'analisi quantitativa al fine di mostrane la consistenza e la relazione con le altre categorie. Successivamente si farà ricorso all'analisi qualitativa per far emergere le dinamiche implicite e sottese ai processi decisionali che riguardano la scelta del fruitore al quale il messaggio vuole rivolgersi. In questo modo non solo sarà possibile cogliere ed evidenziare il ruolo della lingua giapponese, ma sarà possibile porre le basi per una descrizione globale del LL giapponese nel Centro storico di Venezia. A supporto della panoramica circa le caratteristiche e le proprietà del LL giapponese, verrà presentata anche una descrizione della sua dislocazione a livello territoriale, per far emergere la relazione tra rappresentazione linguistica, processi decisionali e significazione dello spazio e del contesto. Infine verranno presentate anche le interviste rivolte sia agli autori (45) delle iscrizioni documentate che a 10 turisti giapponesi, con l'obiettivo di cogliere eventuali corrispondenze o discrepanze tra gli obiettivi dell'*authorship* e l'assimilazione (visiva e semantica) del messaggio esposto.

### 5.1 Elementi *top-down* e *bottom-up*

All'interno del Centro storico sono stati rinvenuti e documentati 52 elementi utili alla presentazione e alla discussione del LL. Di questi, solo 4 sono di tipo *top-down*, mentre il resto dei 48 elementi sono *bottom-up*.

| Tipo di segni    | Numero di elementi | %   |
|------------------|--------------------|-----|
| <i>Top-down</i>  | 4                  | 8%  |
| <i>Bottom-up</i> | 48                 | 92% |

Immagine 7. Tabella che mostra la consistenza degli elementi *top-down* e *bottom-up*.

In seguito verranno descritti in maniera specifica questi due gruppi, con particolare attenzione rivolta alla loro consistenza e alle caratteristiche quantitative e qualitative dei vari sottoinsiemi che li compongono. La presentazione di tali dati verrà inoltre integrata con grafici e fotografie raccolte direttamente all'interno del Centro storico di Venezia.

### 5.1.1 Elementi top-down

Durante la ricerca sul campo sono stati rintracciati 4 elementi *top-down*, tutti esposti per iniziativa del Comune di Venezia, o comunque dagli enti che amministrano e si occupano del Centro storico.

Fatta eccezione per l'insegna della centrale di polizia in Piazza San Marco tutti gli altri casi di iscrizione *top-down* sono stati documentati numerose volte nel contesto analizzato. L'adesivo "Ocio al tacuin", ad esempio, presenta 8 traduzioni<sup>206</sup> che suggeriscono ai passanti e ai visitatori di fare attenzione ai borseggiatori, ed è stato ritrovato molte volte all'interno del contesto analizzato (in punti della città molto frequentati come ad esempio in prossimità dei principali ponti o imbarcaderi).



Immagine 8. Adesivo multilingue top-down "Ocio al tacuin". A destra il dettaglio della traduzione giapponese. Foto dell'autore.

<sup>206</sup> Se si considera anche la versione in veneziano "ocio al tacuin".

Per quanto concerne la scelta contenutistico-pragmatica, due elementi contengono un messaggio informativo, mentre gli altri due propongono una comunicazione di tipo comportamentale. Il primo gruppo è rappresentato dall'insegna della stazione di polizia in Piazza San Marco e dal cartellone autoportante della Mostra Internazionale d'Arte (La Biennale di Venezia). Gli elementi dal contenuto comportamentale invece sono gli adesivi (già descritti) che suggeriscono di fare attenzione ai borseggiatori e i pannelli multilingue della campagna *#EnjoyRespectVenice*.



*Immagine 9. Pannello multilingue top-down della campagna #EnjoyRespectVenice. A destra il dettaglio della traduzione giapponese. Foto dell'autore.*

Tutti gli elementi sono multilingue e forniscono una traduzione del contenuto (multilinguismo parallelo) in un numero di lingue variabile. Ciò significa che l'interesse dell'*authorship* è quello di raggiungere una fascia molto ampia di passanti, presupponendo la conoscenza della loro provenienza e cercando di presentare quindi una versione linguistica a loro comprensibile. L'analisi riguardante il contenuto del cartello e le scelte linguistiche porta a supporre, però, che il destinatario

al quale il messaggio vuole rivolgersi non sia necessariamente solo un turista, ma può anche essere un cittadino residente.

Non sono stati riscontrati fini commerciali o economici dall'analisi di questi elementi: l'utilizzo della lingua giapponese in questi casi mostra l'intenzione di avvisare o avvertire il turista giapponese circa i punti di interesse (stazione di polizia e Biennale d'Arte) o i comportamenti da adottare (fare attenzione ai borseggiatori, comportarsi in maniera adeguata).

Nella fase di ricerca sul campo sono stati trovati altri esempi di insegne *top-down* multilingue che non contenevano però traduzioni, trascrizioni o indicazioni in lingua giapponese. Questo tipo di considerazione, sommato all'esiguo numero di elementi *top-down* concorrenti alla creazione del LL giapponese, mostra come l'attitudine e l'inclinazione dell'*authorship* ufficiale<sup>207</sup> verso l'adozione di tale lingua all'interno di insegne e cartelli non sia del tutto in linea con la quantità di turisti giapponesi che frequentano quotidianamente il Centro storico. In questo caso, quindi, non si può parlare di una vera e propria propensione dell'*authorship* verso la comprensione delle necessità dell'ipotetico fruitore giapponese. Questo è confermato dal fatto che, non esistendo comunità e minoranze etnolinguistiche residenti all'interno di tale contesto, le autorità non hanno familiarità e pratica nella costruzione di un LL solido e utile al soddisfacimento delle esigenze di cittadini non autoctoni. Sono esclusi da questo gruppo i turisti, che, come già ampiamente discusso, rappresentano una modalità di fruizione e contatto linguistico nettamente differente rispetto a quella dei residenti. I processi decisionali dietro alla scelta di utilizzare solo alcune lingue all'interno di insegne ufficiali è dettato sia dall'ipotetica concordanza tra tale lingua e consistenza di fruitori<sup>208</sup>, sia dal valore e dalla

---

207 Il termine "ufficiale" è stato impiegato per rimandare alla categoria dell'*authorship* degli elementi top-down, che sono infatti, per definizione, quel tipo di insegne istituzionali ed ufficiali, create dall'alto e non da iniziativa individuale dei cittadini.

208 Come già presentato, questo tema può essere ricondotto al concetto (contestuale e ridiscusso) di "vitalità linguistica".

diffusione che tale lingua ha a livello globale. La lingua inglese, ad esempio, soddisfacendo entrambe le precedenti considerazioni è onnipresente in insegne *top-down*. Secondo Olmedo e Garau<sup>209</sup> le cause dietro all'elevata presenza e visibilità della lingua inglese in contesti turistici va rintracciata negli effetti della globalizzazione:

In multilingual settings [...] the LL provides visual evidence of the effects of globalisation on languages, particularly English. [...] English has played the role of linguistic vehicle of globalisation, often to the disadvantage of other languages forced to suffer the consequences of its advance.<sup>210</sup>

Il consistente impiego ed utilizzo della lingua inglese all'interno del LL del Centro storico di Venezia conferma quanto appena riportato e rappresenta l'assunzione dell'*authorship* secondo la quale l'inglese, in quanto lingua franca, possa essere letta e compresa da tutti. Analizzando gli elementi *top-down* contenenti iscrizioni parallele (in cui è presente anche quella giapponese), emerge come la posizione della traduzione in inglese è sempre in alto rispetto alle altre, essendo la prima o la seconda versione linguistica proposta. Questo è il concreto e visibile risultato del ruolo assunto da questa lingua, ritenuta comprensibile dalla maggior parte dei turisti. Questo aspetto verrà confermato nei prossimi paragrafi dall'analisi delle insegne mediante i paradigmi metodologici della *visual semiotic*.

---

209 Antonio BRUYÈL OLMEDO, Maria Juan-GARAU, "English as a lingua franca in the linguistic landscape of the multilingual resort of S'Arenal in Mallorca", *International Journal of Multilingualism*, 6, 4, 2009, pp. 386-411.

210 OLMEDO, GARAU, *English as a lingua franca...*, cit., p. 387.

### 5.1.2 *Elementi bottom-up*

All'interno del Centro storico sono state documentate 48 unità d'analisi di tipo *bottom-up*, ubicate all'esterno di negozi, bar o ristoranti. Nonostante l'eterogeneità dei formati, delle dimensioni e del tipo di arrangiamento linguistico, tutte condividono l'intento di far risaltare all'occhio del turista giapponese l'esercizio commerciale al quale si riferiscono. Ciò non solo era evincibile già da una prima analisi semantico-contenutistica, ma è stato inoltre confermato dalle interviste all'*authorship* di tale insegne.

Di tutti gli elementi *bottom-up*, 41 sono multilingue mentre i restanti 7 sono monolingue. Il primo gruppo si suddivide a sue volte in 3 sottoinsiemi: 20 traduzioni, 3 trascrizioni e 18 elementi in cui il rapporto e l'arrangiamento delle varie lingue rappresentate sfugge ad una canonica classificazione, e verrà pertanto indicato come "vario". Appartengono a quest'ultima categoria le copertine e i ritagli di riviste e guide, in cui, oltre alla lingua giapponese, sono presenti commenti, parole o slogan in altre lingue (soprattutto in inglese). È stato ricondotto a questo gruppo anche l'esempio di multilinguismo di interazione già descritto, dove sono presenti commenti scritti direttamente dai turisti.

In seguito verrà proposta una panoramica basata sulla classificazione degli elementi in base all'arrangiamento linguistico in esse presente, al fine di evidenziare il valore della lingua giapponese all'interno di questo contesto urbano attraverso un'analisi delle funzioni per le quali essa viene impiegata in traduzioni, trascrizioni o semplici decorazioni. Ad ogni impiego corrisponde infatti un diverso modo di emergere e partecipare del LL. In seguito a questa descrizione, quindi, sarà

possibile rileggere l'apparato teorico revisionato comprendente i concetti di visibilità, vitalità e salienza, per cogliere le peculiarità della funzione informativa e simbolica di questo caso studio.

#### *5.1.2.1 Traduzioni bottom-up*

Le 20 traduzioni *bottom-up* documentate all'interno del Centro storico di Venezia sono state rinvenute all'esterno di bar, ristoranti o negozi. È evidente quindi l'interesse commerciale dietro alla decisione di esporre una traduzione in lingua giapponese che esplicitasse o il menù del ristorante, o le caratteristiche dei prodotti acquistabili all'interno del negozio o, come già accennato, le modalità di pagamento presenti all'interno dell'esercizio commerciale. La scelta dell'ipotetico fruitore da impressionare si basa quindi sul criterio economico, rappresentato dall'interesse che il negoziante ha di farsi notare e comunicare la propria offerta anche ai turisti giapponesi.

#### *5.1.2.2 Trascrizioni bottom-up*

Come già discusso nel capitolo riguardante la metodologia, la questione della disambiguazione da effettuare tra la categoria "monolinguisimo giapponese" (comprensiva di *rōmaji*) e multilinguismo (dettato dalla presenza dello script latino all'interno dell'insegna), si è resa necessaria per la classificazione di tre elementi. In tutti e tre i casi, infatti, le iscrizioni in kanji e katakana sono affiancate dalla trascrizione fonetica in *rōmaji*, script latino. In questo caso è stato necessario individuare un criterio volto alla catalogazione degli elementi. Si è fatto così ricorso all'analisi del ruolo pragmatico di tali iscrizioni, contestualizzate nell'ambiente in cui sono state trovate. È emersa la necessità di comprendere il processo generativo di tali iscrizioni, che corrisponde all'individuazione delle cause e dei mittenti, determinanti nell'esposizione dell'insegna multilingue.

Nel caso del negozio "Camilla"<sup>211</sup> l'elemento multilingue è costituito dall'affiancamento, al nome in script latino, della scritta in katakana カミ ッ ラ.<sup>212</sup>

In questo caso, quindi, la parola non ha un significato indipendente e non è stata quindi esposta allo scopo di fornire un'informazione o una descrizione di prodotti presenti all'interno del negozio in questione. La trascrizione rappresenta quindi l'intenzione, da parte del proprietario dell'esercizio commerciale, di catturare l'attenzione dei turisti giapponesi, per far scaturire nella mente del destinatario una rapida associazione psicologica che renda riconoscibile tale negozio. In questo caso la produzione del testo in lingua giapponese, quindi, "segue" quella in italiano.

Processo opposto, invece, è riscontrabile nella trascrizione dell'"Osteria sushi Aiki". Questo caso costituisce un esempio di come l'*authorship* voglia impressionare e raggiungere non tanto l'ipotetico turista giapponese, ma bensì tutto il resto dei fruitori che sanno leggere lo script latino e riescono così sia a leggere l'iscrizione che, in secondo luogo, ad associare a quel negozio una denominazione esotica e riconoscibile. In questo caso, quindi, la scritta in kanji, utilizzata per far "*capire ai passanti che è un'osteria con anche cibo giapponese*"<sup>213</sup>, è stata trascritta mediante lo script latino e, essendo affiancata da una didascalia in italiano, si configura come un'insegna volta a rivolgersi soprattutto a chi è in grado di leggere tale alfabeto.

Il valore di queste due trascrizioni poggia su tre fasi successive: il riconoscimento della lingua giapponese (da parte dei turisti giapponesi), la leggibilità (che il testo abbia un contenuto semantico o meno) e, infine, l'associazione tra linguaggio e negozio/ristorante.

---

211 San Marco 112.

212 Questo elemento è già stato mostrato nel capitolo precedente.

213 D'ora in avanti l'italico verrà impiegato per evidenziare le parti in cui è stato riportato direttamente lo stralcio di intervista.

L'esempio dell'adesivo, infine, non solo non ha nulla a che vedere né con il proprietario del negozio, né con la merce presente al suo interno, ma rappresenta l'intento dell'artista stesso di "rendersi visibile" all'interno del Centro storico di Venezia; il motivo dell'arrangiamento linguistico, in questo caso, è nuovamente quello di raggiungere anche quegli individui non in grado di leggere la serie di kanji che compongono il nome proprio dell'artista.

### *5.1.2.3 Altri esempi di elementi bottom-up multilingue*

Questa categoria accoglie tutti quegli elementi che non possono essere considerati né come traduzioni, né come trascrizioni e nemmeno come esempi di multilinguismo complementare. Si tratta di 18 unità d'analisi totalmente eterogenee (sia per temi trattati che per stile, disposizione ed arrangiamento del testo e delle lingue, colori ed immagini utilizzate) che hanno soprattutto un ruolo decorativo, venendo esposte non solo per attirare l'attenzione dei turisti giapponesi, ma anche per far loro notare come i loro prodotti e la loro merce siano presenti all'interno delle guide e delle riviste giapponesi. È quindi soprattutto dettata dal vanto personale che questo tipo di insegne vengono esposte. Come già accennato, si tratta di copertine di riviste specializzate, ritagli di giornali o pagine di guide giapponesi in cui tale negozio o ristorante viene citato e proposto ai turisti. Sebbene la narrazione sia interamente scritta in giapponese, l'indirizzo, il nome dei proprietari e altri commenti sono scritti in caratteri latini (in italiano o in inglese).



Immagine 10 (sinistra). Calle Specchieri, San Marco 634. Immagine 11 (destra). Salizada San Lio, Castello 5387.

Foto dell'autore.

#### 5.1.2.4 Elementi bottom-up monolingue

I 7 elementi bottom-up monolingue documentati possono essere suddivisi a loro volta in due categorie: quelli creati direttamente dai proprietari del negozio o del punto di ristoro all'esterno del quale sono stati rivenuti, e quelli costituiti dai ritagli di giornale in cui non sono presenti altre lingue al di fuori di quella giapponese.

Il primo caso mostra il chiaro ed evidente intento da parte dell'*authorship* (non giapponese<sup>214</sup>) di rivolgersi esclusivamente ad un lettore giapponese. Non sono state trovate, infatti, traduzioni in altre lingue nemmeno in prossimità degli elementi documentati. L'autore dell'insegna ha un ruolo del tutto attivo nel processo di creazione dell'insegna tanto che, in un esempio, la frase giapponese è scritta addirittura a mano. Il messaggio che questi commercianti vogliono trasmettere e rendere visibile ai fruitori giapponesi riguarda esclusivamente e in maniera esplicita il tipo di prodotto o

214 Tutti i proprietari, poi intervistati, sono italiani, ed il loro negozio è italiano.

servizio presente all'interno del negozio. Il secondo gruppo di elementi *bottom-up* monolingue è costituito, invece, dai ritagli di riviste giapponesi in cui non sono presenti altre lingue. In questo caso il processo di creazione e il contributo al LL giapponese è indiretto (o, come verrà proposto successivamente "trasversale"), proprio come il modo di farsi notare. Per quanto concerne questo tipo di insegne, infatti, non è evincibile un vero e proprio processo decisionale che porta l'authorship al coinvolgimento diretto nella creazione dell'insegna. Allo stesso modo, non emerge alcuna rappresentazione o conseguenza visiva del processo decisionale circa il valore pragmatico dell'iscrizione, il contenuto semantico o lo stile e registro da utilizzare. I ritagli o le copertine vengono semplicemente incollate sia per motivi decorativi, sia per "evidenziare" quello specifico negozio.

Esula dalle precedenti sottocategorie un elemento, ritrovato all'esterno del Negozio Sanzogno<sup>215</sup> in cui è presente la scritta "kameo" in katakana (カメオ). Durante l'intervista è emerso che all'interno di quel negozio non vengono venduti camei; quell'insegna si trova lì poiché, in precedenza, c'era un negozio che li vendeva e, ad oggi, risulta quindi fuorviante. Il proprietario del negozio non è quindi responsabile di questa scritta in katakana ed è un evidente esempio di partecipazione inconsapevole al LL.

Come si è visto, quindi, la maggior parte degli elementi ritrovati è frutto dell'iniziativa individuale dei privati che, con l'obiettivo di emergere visivamente ed acquisire quindi maggiore visibilità all'occhio del turista giapponese, decide di esporre all'esterno del proprio negozio insegne contenenti la lingua giapponese. A livello quantitativo, inoltre, si nota come il tipo di insegna più frequente sia costituita da traduzioni (46% sul totale degli elementi raccolti), seguito da quelle "varie" (35%). Le

---

215 San Marco 338.

rappresentazioni linguistiche giapponesi presenti all'interno degli elementi documentati sono state generate da processi decisionali diversi. Da questa considerazione emerge un nuovo criterio che può quindi portare ad un altro tipo di catalogazione: in quale misura l'autore dell'insegna partecipa direttamente alla creazione dell'insegna e, conseguentemente, del LL giapponese? Il coinvolgimento diretto è stato rintracciato: negli elementi multilingue che presentavano traduzioni (sia *top-down* che *bottom-up*) e nei 3 casi<sup>216</sup> di produzione linguistica giapponese (elementi *bottom-up* monolingue). Questa constatazione ci permette di trarre alcune considerazioni circa il processo di rappresentazione identitaria che ha luogo attraverso l'utilizzo (più o meno consapevole) della lingua giapponese. L'impiego e utilizzo di una determinata lingua concorre infatti ineluttabilmente alla creazione dell'associazione tra *authorship* e tale lingua. Ciò significa che, prescindendo da ogni effettiva relazione coerente e concorde tra lingua esposta e *background* linguistico del luogo, questo utilizzo del linguaggio mostra la preferenza da parte dell'*authorship* di adottare anche (o solo) la lingua giapponese per rappresentarsi all'interno del LL del tessuto urbano. In altre parole conoscere in che modo e per quale motivo i diversi attori sociali decidono di utilizzare e successivamente esporre iscrizioni in lingua giapponese può costituire un esempio concreto della necessità di ricollocare i discorsi affrontati nella letteratura del LL a questo caso specifico. La premessa da prendere in considerazione anche nel momento di questa analisi è già stata ampiamente presentata e discussa e riguarda l'inesistenza di una comunità etnolinguistica residente all'interno del Centro storico. Escluse quindi le necessità di identificazione del gruppo di parlanti attraverso l'esposizione della lingua giapponese, quale tipo di "identità" viene rappresentata dall'uso di questa lingua? E, più in generale, quale processo identitario ha luogo nella produzione del LL?

---

216 I casi considerati sono solo 3 poiché, su un totale di 7 elementi monolingue, sono quelli frutto del processo creativo dell'*authorship*. Gli altri 4, infatti, sono ritagli di giornale.

Per rispondere a questa domanda è necessario nuovamente scindere e classificare il gruppo di attori sociali che interagiscono all'interno del contesto analizzato: da una parte l'*authorship* (sia di elementi *top-down* che *bottom-up*) e dall'altra il fruitore (turista di passaggio o domiciliato). I fini e le motivazioni che portano l'*authorship* ad utilizzare la lingua giapponese sono diversi e ciò, come già affrontato, è facilmente percepibile anche mediante una semplice analisi visiva e contenutistica delle insegne. La scelta della funzione pragmatica delle iscrizioni, inoltre, contribuisce alla comprensione degli intenti degli autori, tutti comunque accomunati dalla necessità di raggiungere l'ipotetico fruitore. La considerazione più importante, a tal riguardo, è che l'utilizzo della lingua giapponese è opera di un'*authorship* non giapponese: i cittadini residenti (madrelingua italiani) decidono di esporre un'insegna con un determinato contenuto (scelta pragmatico-contenutistica), utilizzato la lingua giapponese (scelta linguistica) e arrangiando il testo (scelta stilistica) in modo tale da raggiungere un certo target (scelta dell'audience). In questo plesso di decisioni, plasmate dall'intersezione delle necessità dei due gruppi di attori sociali, trova giusta collocazione il "nuovo" processo di rappresentazione identitaria. In altre parole tutte le informazioni che si possono evincere sull'*authorship* (mediante l'osservazione e l'analisi dell'insegna da esso esposta) sono il risultato della trasposizione, in ambito linguistico, del discorso identitario, costituito a sua volta dall'intenzione di collocarsi in un ambiente in cui il linguaggio è veicolo per l'inclusione nell'ambito economico e commerciale. Le informazioni alle quali si fa riferimento sono quelle che traspaiono ed emergono in seguito allo sviluppo dei vari processi decisionali appena citati, diversi rispettivamente per i due gruppi che compongono l'*authorship* globale. Il processo di rappresentazione che riguarda i responsabili delle insegne *bottom-up*, va traslato e considerato in termini di una predisposizione contestualizzabile nell'ambito delle necessità commerciali dei singoli casi. La scelta di adottare la lingua giapponese (da parte di residenti non giapponesi) mostra infatti la tendenza e l'interesse nel

raggiungere un fruitore che, in qualità di turista e considerato individualmente, ha una conoscenza presumibilmente bassa della lingua autoctona. L'obiettivo dell'autore nell'espone un'insegna contenente una traduzione in lingua giapponese è quello di rendersi comprensibile al passante, che a sua volta individuerà come "prossimo" il negozio al quale ci si riferisce. L'utilizzo della lingua giapponese può essere considerato quindi come il mezzo attraverso il quale è possibile distinguersi. Questo discorso trova applicazione e giustificazione nelle considerazioni quantitative appena esposte: il 92% del LL giapponese all'interno del Centro storico di Venezia è opera dell'azione e dell'iniziativa individuale (elementi *bottom-up*). Come già descritto nel capitolo dedicato all'apparato teorico, questa porzione di *authorship* è in grado di rispecchiare l'eterogeneità sociale e linguistica in maniera più attendibile rispetto a quella *top-down*. le varie necessità dei singoli, infatti, dovendosi confarsi anche al target di turisti giapponesi, vengono proiettate nella sfera linguistica, e si concretizzano quindi nelle rappresentazioni verbali presenti nelle insegne.

Per quanto concerne invece il processo di rappresentazione identitaria rintracciabile nelle insegne *top-down*, è evidente che le necessità commerciali ed economiche non siano più coinvolte. Al loro posto subentra l'interesse nel trasmettere un messaggio (informativo e comportamentale) che rimarca e ripropone l'autorità e la posizione dell'autore dell'insegna. La provenienza "ufficiale" di questo tipo di iscrizioni, infatti, è rispecchiata dalle scelte contenutistiche, dall'arrangiamento delle lingue presenti ma anche dalla posizione nella quale è presente tale insegna. Si ha di nuovo a che fare con un autore che, seppur non giapponese, decide di adottare questa lingua per raggiungere un determinato pubblico. L'identità rappresentata all'interno di questo tipo di LL, quindi, non traccia confini e simbolici perimetri socio-culturali di un determinato gruppo linguistico, ma può essere considerata come un nome collettivo riferentesi quindi ad un insieme frastagliato di necessità, che hanno però in comune il canale comunicativo e il fruitore.

Il processo di rappresentazione identitaria che coinvolge il fruitore giapponese, invece, segue percorsi diversi. In primo luogo, come già presentato, solo un caso può essere considerato come frutto dell'intervento diretto da parte dell'attore sociale giapponese nel LL del Centro storico. Tutti gli altri elementi costituiscono un modo di interagire più trasversale ed indiretto da parte del fruitore; non si può parlare quindi di identificazione mediante utilizzo in prima persona della lingua giapponese. In secondo luogo, e conseguentemente al ciò che è stato appena proposto, il fruitore ipotetico è presumibilmente considerabile come "pubblico" del LL, e non come diretto destinatario. Questo perché il LL giapponese, inserendosi all'interno di un più vasto LL multilingue presente all'interno del Centro storico, può essere concepito come una porzione delle manifestazioni linguistiche che hanno luogo nel contesto esaminato. Solo il 13% degli elementi, inoltre, è monolingue; il restante 87%, infatti, pur presentando anche la lingua giapponese può e vuole rivolgersi ad un pubblico più ampio. Una volta confermato l'atteggiamento del fruitore di fronte al LL giapponese, non resta altro che specificare come il processo di rappresentazione identitaria avvenga attraverso il riconoscimento della lingua giapponese sia all'interno dell'insegna che, a livello territoriale, all'interno del Centro storico. Dopo l'iniziale riconoscimento visivo, la comprensione del significato e del messaggio colloca ed identifica il lettore. Queste considerazioni fanno emergere una conclusione che, al tempo stesso, può essere interpretata come fondamento di ogni analisi sull'utilizzo del linguaggio in generale: le scelte individuali che portano l'autore ad esporre la lingua giapponese hanno una metafunzione interattiva.<sup>217</sup> Ciò significa che sono in grado di creare interazione (più o meno diretta) tra diversi attori sociali, ponendosi non tanto come canale comunicativo ma come possibilità di identificazione ed interconnessione. Non solo; come

---

217 La metafunzione interattiva è una delle tre metafunzioni del linguaggio e della comunicazione. Le altre due sono quella "sperimentale", coinvolta nel tipo di comunicazione che permette al parlante di parlare della realtà che lo circonda; e quella "testuale" consiste nella capacità organizzativa del linguaggio che permette agli individui di acquisire, integrare ed organizzare contenuti.

specificato anche da Kress e Von Leeuwen, qualsiasi rappresentazione semiotica essere in grado di proiettare le varie relazioni e interazioni tra l'authorship e il pubblico.<sup>218</sup>

In seguito verrà proposto un prospetto quantitativo e qualitativo circa il rapporto tra gli elementi multilingue e monolingue a livello globale, non tenendo più conto quindi della categorizzazione top-down e bottom-up.

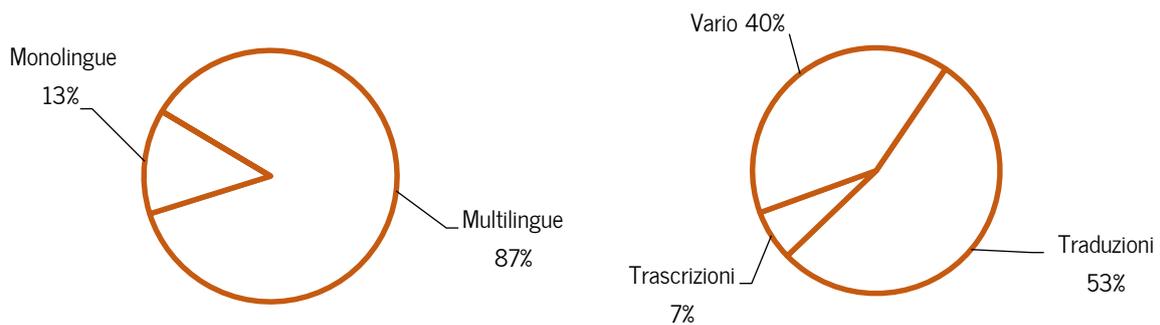
## 5.2 Elementi multilingue e monolingue

Questo tipo di classificazione è già stata indirettamente trattata nel momento della discussione e descrizione degli elementi *top-down* e *bottom-up* in quanto si configura come un criterio imprescindibile per ogni tipo di analisi. Tutti gli esempi *top-down* documentati sono multilingue, i restanti *bottom-up*, invece, sono sia multilingue che monolingue.

Su un totale di 52 elementi ritrovati, solo 7 sono monolingue (13%), mentre il restante 45 (87%) presenta, seppur in grado e maniera diversa, la compresenza di più lingue; sono state documentate 24 traduzioni (20 *bottom-up* e 4 *top-down*), 3 trascrizioni e 18 esempi di multilinguismo "vario". Per quanto concerne quest'ultimo aspetto, i seguenti grafici mostrano le percentuali dei diversi tipi di multilinguismo presente all'interno dei cartelli e delle insegne che costituiscono il LL:

---

<sup>218</sup> KRESS, VON LEEUWEN, *Reading images...*, cit., p. 42.



*Immagine 12. Il grafico a sinistra mostra la consistenza (in percentuale sul totale) degli elementi multilingue e monolingue. Il grafico a destra rappresenta invece la consistenza (in percentuale sul totale degli elementi multilingue) dei tre sottoinsiemi: traduzioni, trascrizioni e vario.*

Il modo in cui il multilinguismo è rappresentato all'interno degli elementi documentati riflette la disposizione che l'*authorship* assume nei confronti dell'ambiente che lo circonda e degli attori sociali con i quali interagisce. Le necessità individuali, dunque, proiettandosi nella sfera pubblica del visibile, devono essere "filtrate" ed arrangiate in base ai criteri e ai codici linguistici, utili, a loro volta, alla creazione di un messaggio intuitivo e facilmente afferrabile. La decisione riguardante il tipo di multilinguismo da presentare all'interno dell'insegna è quindi strettamente collegata alle scelte linguistiche, pragmatiche e dell'*audience*. Ciò significa che nell'analisi degli elementi e del LL deve essere preso in considerazione anche il processo che ha per oggetto la scelta dell'arrangiamento linguistico dell'insegna, riguardante cioè la decisione di fornire indicazioni mediante traduzioni, semplici inserzioni in lingua giapponese (che rimandano rapidamente al messaggio che si vuole trasmettere) o iscrizioni complementari in cui la lingua giapponese gioca un ruolo preponderante. Come già specificato, il processo che porta alla creazione di cartelli multilingue diversi (in cui cioè è diversa la relazione e il rapporto tra le lingue presenti) è in relazione con la decisione circa il fruitore (o i fruitori) che l'*authorship* vuole raggiungere.

Le insegne in cui sono presenti traduzioni in lingua giapponese, quindi, mostrano l'intenzione da parte dell'*authorship* di rendere visibile e comprensibile quello specifico contenuto semantico anche a chi conosce questa lingua. Sarà proprio quest'ultimo, quindi, a costituire la chiave di interpretazione di tale insegna; a livello globale si può asserire che l'intersezione tra l'analisi dell'arrangiamento e della rappresentazione del multilinguismo con quella del contenuto semantico può essere considerata non solo come strumento interpretativo del LL, ma anche come paradigma descrittivo di esso. Il contenuto del messaggio tradotto in giapponese, quindi, rivela il motivo per il quale l'autore dell'iscrizione ha deciso di volersi rivolgere ad un pubblico giapponese; la scelta di presentare una traduzione o un messaggio in cui la lingua giapponese è utilizzata in maniera complementare, invece, mostra il valore conferito a tale lingua. La posizione, il colore ed altri aspetti estetico-visivi (*visual semiotic*) confermano il ruolo che gli viene attribuito: come già anticipato, alcuni elementi *bottom-up* (sia multilingue che monolingue) sono stati esposti per fini prettamente decorativi e il loro compito, più che trasmettere un messaggio, è quello di far risaltare visivamente la vetrina di quel negozio.

Considerando che il gruppo più sostanzioso all'interno del LL è costituito dalle traduzioni (circa il 46% del totale degli elementi raccolti), all'interno delle quali sono state riconosciute almeno 4 lingue diverse, emerge che nella maggior parte dei casi l'obiettivo dell'*authorship* nel momento della creazione dell'insegna è quello di coinvolgere e raggiungere *anche* i destinatari giapponesi. Quest'ultimi non sono quindi dei veri e propri destinatari diretti<sup>219</sup>: ciò è chiaro anche dall'osservazione della bassa percentuale di insegne monolingue (13% del totale), rivolte cioè esclusivamente al lettore giapponese; di queste, inoltre, solo una piccola parte è frutto del

---

219 Come già specificato ci si può riferire al fruitore giapponese in qualità di "pubblico" del LL.

coinvolgimento e dell'impegno personale da parte dell'*authorship* che in maniera attiva decide di rivolgersi esclusivamente al fruitore giapponese.

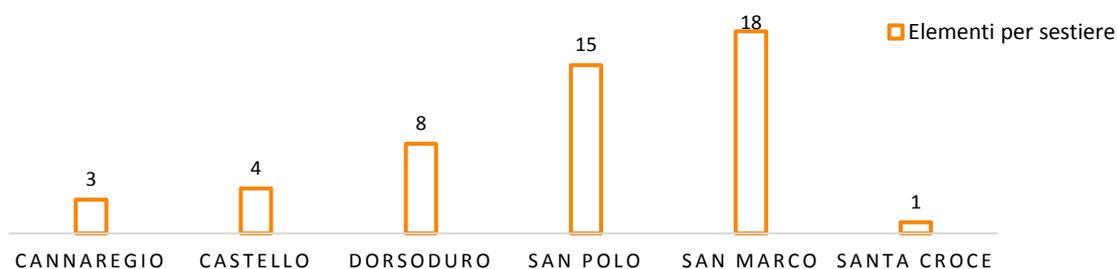
### 5.3 Distribuzione territoriale

Durante la fase empirica di raccolta di unità d'analisi, ogni elemento fotografato è stato catalogato in base all'indirizzo e al Sestiere in cui è stato trovato.

La distribuzione e la dislocazione delle rappresentazioni linguistiche giapponesi all'interno del Centro storico costituisce un importante indicatore, utile alla comprensione del LL stesso. La disposizione territoriale degli elementi linguistici, infatti, articolandosi tra sezioni dall'alta concentrazione e altre di totale assenza, può essere considerata come la proiezione dell'articolarsi delle varie relazioni tra le necessità dell'*authorship* e le previsioni sull'ipotetico fruitore. Anche queste considerazioni trovano fondamento nell'assunzione, già presentata e giustificata, che non esiste una comunità etnolinguistica giapponese residente all'interno del Centro storico di Venezia. Conseguentemente non si può né affermare che esista l'intenzione da parte del Comune di creare un contesto linguisticamente familiare (agli attori sociali giapponesi intesi come ipotetici residenti), né si può cogliere la necessità, da parte degli individui giapponesi, di rappresentarsi ed emergere linguisticamente. Ciò è parzialmente riflesso anche dal fatto che, in alcune zone, non è stata trovata nessuna unità d'analisi. Emergono quindi nuovi interrogativi: che valore ha la distribuzione delle unità d'analisi all'interno della descrizione e del discorso sul LL? In che modo l'analisi della sua distribuzione può fornire dei criteri utili alla comprensione delle motivazioni che spingono l'*authorship* ad esporre un'insegna contenente tale lingua?

Questi interrogativi non possono essere trattati in maniera separata, in quanto richiedono l'assunzione dello stesso presupposto teorico per il quale spazio e rappresentazione linguistica non

possono essere scissi nel momento dell'analisi. Come già esposto nella ridiscussione dell'apparato teorico, il LL giapponese presente nel Centro storico di Venezia può essere considerato come il risultato del compromesso tra l'interesse personale dell'*authorship* e le necessità ipotizzate del fruitore giapponese. La rappresentazione linguistica può essere vista quindi come la proiezione del proporsi del cittadino autoctono al fine di emergere visivamente all'interno del contesto urbano. Considerando che, come già presentato, circa il 92% del LL è composto da iscrizioni create su iniziativa individuale dei commercianti e ristoratori, la loro necessità di distinguersi e, talvolta, imporsi può intensificarsi laddove sia presente più concorrenza e più movimento turistico. Per questo motivo il LL si articola con più intensità tra i Sestieri San Polo, San Marco e Dorsoduro, non trovando quasi nessuna rappresentazione a Cannaregio e Santa Croce (nel Sestiere di Castello sono stati invece ritrovati alcuni elementi, soprattutto nella zona al confine con San Marco).



*Immagine 13. Grafico che mostra la distribuzione, nei vari Sestieri, degli elementi costituenti il LL. In questo grafico figurano 49 elementi, perché non è stato possibile individuare una collocazione “definitiva” per i 3 top-down (ripetuti più volte all’interno del Centro storico).*

Ciò può essere spiegato dal fatto che non solo in questi Sestieri è maggiore il numero di negozi, bar o ristoranti; ma anche dal fatto che questa zona è quella in cui si concentrano le attrazioni turistiche più pubblicizzate come, ad esempio, il Ponte di Rialto, Piazza San Marco e Palazzo Ducale o il Ponte dell'Accademia e le Gallerie dell'Accademia. Questa parte del Centro storico, quindi, accogliendo

una mole maggiore di turisti e visitatori, è un'arena più fertile per l'esposizione della lingua giapponese, anche perché costituisce un perimetro in cui la competizione è forte. È proprio in questi Sestieri, inoltre, che si ripetono maggiormente le indicazioni *top-down* dal contenuto comportamentale. Questo aspetto dimostra come il LL sia costruito e modellato sulla presenza e sulla frequenza dell'ipotetico fruitore, considerato dall'*authorship* stessa come generico turista.

La descrizione della collocazione degli elementi linguistici giapponesi all'interno del Centro storico ci permette di affrontare un'altra questione legata ai concetti di luogo e spazio: la rappresentazione simbolica dello spazio mediante l'utilizzo della lingua giapponese. Nello studio del LL lo spazio può essere considerato come il riflesso del processo di significazione che una determinata lingua genera attraverso il suo specifico utilizzo. Il luogo diventa quindi spazio anche grazie alle varie rappresentazioni linguistiche che vi compaiono: nel nostro caso, il LL è il mezzo che "trasforma" il luogo in spazio. Ma che accezione di significato può acquisire la teoria appena proposta nel caso del LL giapponese del Centro storico di Venezia? Se associassimo a quest'ultimo contesto il concetto di luogo non sarebbe fuori luogo asserire che il LL giapponese contribuisca (assieme al LL globale del Centro storico, comprendente quindi anche le altre lingue) alla creazione del discorso simbolico e della rappresentazione ad esso ascrivibile. Il problema che emerge, però, è costituito dalla natura delle motivazioni dietro alle manifestazioni linguistiche, le quali vanno interpretate in chiave economico-commerciale. Ne consegue che lo spazio simbolico che va a costruirsi progressivamente insieme alla creazione e al mutamento del LL giapponese è la proiezione della predisposizione dei residenti verso un ipotetico compratore. Questa proiezione ha una forma ed un perimetro, ed è lo specifico negozio, ristorante, bar o hotel. Se si "sommano" i 52 elementi rinvenuti (di cui 3 ripetuti e presenti in diversi posti all'interno del Centro storico) potremmo asserire che, il perimetro inizialmente riconducibile al singolo negozio, si espande in maniera non propriamente

omogenea all'interno della superficie territoriale del caso studio. La distribuzione non regolare degli elementi, infatti, non ci permette di affermare che l'intero luogo "Centro storico di Venezia" possa essere considerato come lo spazio simbolico delle rappresentazioni linguistiche giapponesi.

#### 5.4 *Visual semiotic*

In questo paragrafo verrà presentata l'analisi, riguardante solo alcuni elementi raccolti, basata sull'impostazione teorica e metodologica propria della *visual semiotic*. Si farà quindi riferimento, come già riportato, a "*Reading images: the grammar of visual design*" di Gunther Kress e Theo Van Leeuwen, e "*Discourse in place: Language in the material world*" di Ronald Scollon e Suzie Wong Scollon. In seguito ad alcune premesse necessarie al fine di legittimare le motivazioni che hanno condotto a ritenere fecondo questo punto di vista, verrà presentato e giustificato il modo in cui è stato utilizzato questo approccio.

In questa sezione verranno analizzati solo alcuni elementi appartenenti al LL, quelli cioè che possono essere ricondotti ad una partecipazione diretta e consapevole da parte dell'*authorship* nella "costruzione" e "strutturazione" dell'insegna, e che costituiscono un esempio di elemento composto da più sezioni.<sup>220</sup> In altre parole sono state escluse da questo esame le unità d'analisi costituite da ritagli di giornali, guide o riviste. Volendo, come punto di partenza, rintracciare l'attinenza tra i processi decisionali e le caratteristiche visive della lingua giapponese nel LL, il criterio fondamentale per questa scelta è stata appunto la riconoscibilità dell'intervento dell'*authorship* sull'insegna.

---

220 All'interno del LL giapponese del Centro storico di Venezia sono stati trovati, ad esempio, elementi monolingue in cui non era presente niente oltre alla scritta in giapponese. In questi casi, sebbene sia possibile formulare un'analisi basata sull'aspetto estetico di tali iscrizioni (commentando ad esempio il font utilizzato, il colore o la dimensione dei caratteri), non possono emergere conclusioni comparative sul valore informativo o sulla salienza (termini ripresi in chiave della *visual semiotic*) della lingua giapponese.

Verranno quindi proposte delle descrizioni riguardanti le traduzioni (sia *bottom-up* che *top-down*, per un totale di 24 elementi) e le 3 trascrizioni. Per quanto concerne, invece, gli elementi monolingue scritti ed arrangiati direttamente dall'*authorship*, invece, verrà proposta solo una breve panoramica concentrata sul font, la dimensione del testo o l'eventuale presenza di immagini. Questo perché, essendo un elemento monolingue costituito dalla sola manifestazione linguistica, non è possibile intuire eventuali relazioni gerarchiche all'interno di essi.<sup>221</sup>

In questi casi non sono state considerate le varie unità sintattiche<sup>222</sup> singolarmente contenute nella rappresentazione linguistica giapponese: l'iscrizione in lingua è stata presa in analisi come singolo blocco. Così facendo sarà inoltre più semplice associare il corpus teorico e metodologico proprio della *visual semiotic* alle iscrizioni del LL: la frase scritta in lingua giapponese verrà osservata in quanto "spazio" occupato all'interno dell'unità d'analisi (*carrier*) per comprendere l'eventuale corrispondenza tra intenzione dell'*authorship* e il rilievo visivo assunto dalla lingua giapponese. Oltre ad un esame visivo dell'arrangiamento delle iscrizioni multilingue, quindi, nei casi analizzati sono state poste anche specifiche domande agli autori degli elementi raccolti, riguardanti la scelta di aver collocato la lingua giapponese in tale spazio.

A livello metodologico è necessario esporre brevemente alcune nuove premesse<sup>223</sup> volte ad evidenziare i criteri presi in considerazione nel momento dell'analisi visiva degli elementi raccolti. L'opera di Kress e Van Leeuwen descrive in maniera dettagliata e minuziosa i diversi arrangiamenti e posizionamenti (e le conseguenti combinazioni) che possono avere luogo all'interno delle

---

221 Solamente in un caso, infatti, la scritta in giapponese è affiancata da un'immagine.

222 L'attenzione non è stata posta alle varie componenti grammaticali e linguistiche della frase.

223 Il restante apparato teorico e metodologico riguardante la *visual semiotic* è stato già presentato nel Capitolo 2 "Metodologia e classificazione".

immagini<sup>224</sup>, utilizzando un corpus terminologico basato sulla presunta corrispondenza tra posizione e valore (della porzione analizzata). Gli esempi esposti dagli autori mostrano quindi quanto la diversa ubicazione della porzione di immagine o del testo possa non solo essere più o meno percepita dal passante, ma possa anche essere il risultato di un agire consapevole dell'*authorship*. Oltre al processo di riconoscimento linguistico, però, gli autori associano alla posizione occupata dal testo anche il valore e il contenuto semantico di esso. Kress e Von Leeuwen procedono con un'analisi basata su di un'aprioristica suddivisione delle aree dell'oggetto esaminato, che ha per criterio fondamentale la distribuzione sull'asse verticale e orizzontale degli elementi che lo compongono. Per quanto concerne lo studio del valore informativo dell'immagine, ad esempio, gli autori asseriscono che le informazioni presenti nella parte destra rappresentano solitamente qualcosa di nuovo o di presente, qualcosa che quindi richiede maggior attenzione ed interesse per essere compresa; al contrario, nella metà opposta sarà più facile trovare contenuti ovvi, già considerati o fissati, dati spesso per scontato.<sup>225</sup> Se analizzate sull'asse verticale, invece, le porzioni di immagine posizionate in alto possono essere definite come "ideali", in contrapposizione con quelle collocate nella parte più bassa, categorizzate come "reali". In questa nomenclatura, il primo termine indica la visione idealizzata dell'informazione, mentre il secondo il suo aspetto più dettagliato e concreto.<sup>226</sup> In aggiunta a queste considerazioni, gli autori propongono un ulteriore punto di vista, basato sull'esistenza o meno di un elemento collocato nella parte centrale dell'oggetto analizzato. In questo caso la centralità, rispetto ad eventuali altri elementi visivamente più marginali e periferici, è sinonimo di un valore informativo maggiore.

---

224 Il termine "immagine" è in realtà riduttivo e fuorviante. Le teorie esposte dagli autori, seppur concepite come strutture ideologiche (che quindi possono non trovare applicazione e realizzazione concreta dal punto di vista universale), vengono giustificate mediante la presentazione di casi disparati. Tra gli esempi proposti da Kress e Von Leeuwen troviamo infatti disegni elementari e stilizzati (fatti a mano da bambini), pagine di megazines e quotidiani ma anche quadri e sculture.

225 KRESS, VAN LEEUWEN, *Reading images...*, cit., p. 181.

226 KRESS, VAN LEEUWEN, *Reading images...*, cit., p. 187.

Per quanto riguarda la salienza, invece, Kress e Van Leeuwen si soffermano sull'aspetto estetico-visivo di una porzione di immagine o di un testo: secondo gli autori, infatti, titoli dai colori accesi e scritti con un carattere più grande rispetto al resto del testo hanno un livello di salienza<sup>227</sup> maggiore rispetto al resto dell'immagine presa in considerazione.

I paradigmi teorici appena presentati fungono da punto di partenza e da scheletro per l'analisi degli elementi del LL giapponese del Centro storico. Si è ritenuto interessante adottare questo schema teorico, infatti, solo in due casi dell'esame dell'aspetto estetico-visivo delle insegne. Nel caso delle restanti unità d'analisi raccolte all'interno del contesto preso in considerazione, infatti, non si possono applicare in maniera rigida questi criteri metodologici. Risulterebbe improprio, ad esempio, attribuire ad una traduzione riportata nella parte alta di un'insegna un valore informativo di tipo ideale, in quanto, dal punto di vista semantico, tale iscrizione riporta lo stesso contenuto delle altre posizionate più in basso. Nello stesso modo, anche la classificazione tra elementi "nuovi" a destra e "familiari" a sinistra non può trovare impiego in quanto, il tipo di informazione riportata è sempre la stessa. Per quanto concerne la definizione di salienza, invece, il soffermarsi su quanto sia visivamente prominente la lingua giapponese all'interno dell'insegna (attraverso un esame dei colori e del font utilizzato) mostra in che modo la lingua giapponese possa risultare più visibile all'occhio del passante.

Per quanto riguarda l'oggetto di ricerca qui presentato, quindi, è importante specificare che l'approccio della *visual semiotic* adattato ed utilizzato si limiti alla consapevolezza della presunta corrispondenza tra posizione occupata dal testo giapponese e percezione (e riconoscimento) di tale lingua dai passanti. La lingua giapponese non è solo il mezzo che unisce le due categorie di attori

---

227 In realtà parlare di "livello di salienza" è improprio, in quanto non si tratta di qualcosa di oggettivamente misurabile. La salienza va intesa ed interpretata come risultato di molteplici e complesse interazioni, che coinvolgono anche la sfera decisionale.

sociali inclusi nel discorso sul LL, ma è anche uno strumento, la quale posizione all'interno delle varie unità d'analisi può far emergere anche alcune considerazioni circa le varie attitudini dell'authorship nei suoi confronti. Nel procedere con l'analisi, quindi, verranno mantenuti i riferimenti "spaziali" circa la distribuzione delle traduzioni e trascrizioni: sull'asse verticale, orizzontale o, eventualmente, centrale. Il valore e l'importanza che il testo assume (o dovrebbe assumere) in base alla sua posizione all'interno dell'insegna sarà poi verificato anche dalle interviste rivolte all'*authorship*. In questo caso le domande sono state svolte con l'obiettivo di comprendere se la decisione di collocare la traduzione in giapponese in una determinata parte di unità d'analisi sia la conseguenza di qualche particolare intenzione. Per l'analisi degli elementi raccolti verrà quindi adottato questo criterio, tenendo sempre presente che l'oggetto al quale rivolgere attenzione è la porzione di testo scritta in giapponese, contenuta in un'insegna multilingue.

Delle 24 traduzioni, 17 sono arrangiate su un immaginario asse verticale, 6 sono disposte orizzontalmente mentre 1 segue un arrangiamento del tutto casuale.



*Immagine 14. Esempio di traduzioni arrangiate verticalmente. Campo Marzio Design, Calle de la Mandola 3654 A. Immagine 15. Esempio di traduzioni arrangiate orizzontalmente. Trattoria pizzeria "Al Campanile", San Polo 2088.*

*Foto dell'autore.*

Per quanto riguarda il primo gruppo è stato notato che la versione in giapponese è sempre ubicata in basso (ultima o penultima traduzione); risultati più eterogenei sono emersi invece nei casi di disposizione orizzontale. A tal proposito è importante far notare che in almeno 2 casi la disposizione orizzontale si intersechi con quella verticale. In altre parole in questi elementi la traduzione giapponese, seppur in progressione da sinistra a destra, è presente nella seconda o nella terza riga (quindi più in basso rispetto ad altre). Questi elementi sono stati considerati come traduzioni dall'arrangiamento orizzontale perché, nonostante la presenza della lingua giapponese sia più in basso rispetto ad altre, la composizione finale dell'unità d'analisi si espande soprattutto per larghezza. In questo gruppo, 5 traduzioni sono a sinistra mentre 2 occupano il lato destro dell'insegna.

Il fatto che le traduzioni in lingua giapponese siano sempre in basso (come già presentato sono la penultima o l'ultima versione dell'informazione) indica che, sia per l'*authorship top-down* che *bottom-up*, la precedenza sia data alle altre lingue, come l'inglese, il francese, il tedesco o il russo. Queste, oltre all'italiano, costituiscono il gruppo collocato più in alto, visibile più velocemente e intuitivamente dal passante che, in maniera naturale, è portato a partire dall'alto nel momento della lettura. Tenendo sempre presente l'importanza che hanno i diversi processi decisionali preliminari all'esposizione dell'insegna, la posizione della lingua giapponese nei confronti delle altre traduzioni suggerisce il tipo di attitudine e atteggiamento che l'*authorship* ha nei confronti dell'ipotetico fruitore giapponese. Nei casi in cui, infatti, i cartelli esposti siano opera consapevole e frutto del coinvolgimento diretto da parte dell'autore, la posizione della lingua giapponese può essere considerata come la manifestazione visiva (e visibile) del risultato dei processi decisionali impliciti e sottesi alla creazione delle insegne nelle quali è contenuta. In questo caso la prova diretta è stata data dal risultato delle interviste rivolte ai proprietari in cui sono esposte le traduzioni *bottom-up*.

alla domanda "Con quale criterio è stato deciso l'ordine con cui sono proposte le traduzioni?", la risposta più diffusa è stata "Perché tutti conoscono l'inglese", seguita da "Perché ho soprattutto clienti americani, russi o cinesi". Come già spiegato, molti studi sul LL si sono soffermati sull'incidenza e sulla predominanza della lingua inglese, considerata lingua universalmente conosciuta e quindi ponte comunicativo per raggiungere il più ampio numero di persone. Questa teoria trova ovviamente realizzazione anche nel LL del Centro storico di Venezia e, nello specifico, è forte la presenza della lingua inglese anche all'interno del LL giapponese (considerato il basso numero di unità d'analisi monolingue). Sono stati documentati anche casi in cui la versione in italiano o era del tutto assente oppure era più in basso rispetto a quella inglese. Nonostante non sia possibile creare una teoria oggettiva e universale concernente la relazione tra salienza e valore informativo del testo e la sua posizione all'interno dell'insegna, è evidente, anche in seguito alle interviste, che nel caso del LL giapponese le decisioni che precedono l'esposizione dell'insegna sono coerenti con lo specifico spazio dedicato alla lingua giapponese. Vanno escluse da questo discorso, però, alcune unità d'analisi che, seppur contenendo traduzioni, sono degli adesivi e non costituiscono quindi il risultato dei processi decisionali dell'*authorship*.<sup>228</sup> Sono 3, infatti, gli elementi che non possono essere inclusi in questa panoramica in quanto seguono uno schema e un'impostazione visiva predefinita, in cui non c'è quindi diretta interazione da parte dell'*authorship*. Per quanto riguarda le considerazioni basate sulla disposizione sull'asse orizzontale delle traduzioni non sono emersi risultati interessanti. La disposizione da sinistra a destra può essere infatti concepita come la traslazione latitudinale di una sistemazione gerarchica aprioristicamente concepita come verticale. Differentemente da quanto proposto e descritto da Kress e Van Leeuwen, infatti, le unità d'analisi

---

228 In questo caso per *authorship* si intende chi espone l'elemento linguistico in questione, senza averlo creato. Il problema legato alla necessaria disambiguazione tra le varie accezioni di questo concetto verrà affrontato più avanti.

raccolte non presentano un'impostazione visiva che tenga conto del criterio secondo il quale le informazioni "nuove" si collochino, a differenza da quelle "già note", a destra anche perché, come già specificato, questi esempi riportano traduzioni equivalenti.

Per quanto riguarda invece l'analisi sulla salienza visiva e la capacità di distinguersi della lingua giapponese all'interno di queste unità d'analisi, due esempi suscitano interesse. Il primo è un cartello multilingue in cui sono presenti 9 traduzioni della frase "Di nuovo a scuola", fotografato Calle Larga Giacinto Gallina 6374. In questa insegna ogni traduzione è scritta a mano con un colore diverso. La versione in lingua giapponese è la sesta ma è scritta con un carattere sufficientemente grande da risultare molto visibile. L'altro caso è costituito da un adesivo e, per questo motivo, non si può parlare di creazione diretta da parte dell'*authorship*. L'elemento in questione riporta uno slogan "*Earth is my playground*" in due lingue: giapponese ed inglese.



*Immagine 16. Adesivo in cui la lingua giapponese è molto più saliente rispetto a quella inglese. Dorsoduro 3278. Foto dell'autore.*

La versione in giapponese però, occupa quasi tutta la superficie dell'adesivo, ricoprendo il ruolo da "protagonista" in primo piano. La traduzione in inglese, invece, è situata in basso e ha dimensioni molto più piccole rispetto a quella giapponese. Nonostante entrambe le frasi siano molto colorate, però, è notevolmente più saliente quella giapponese.

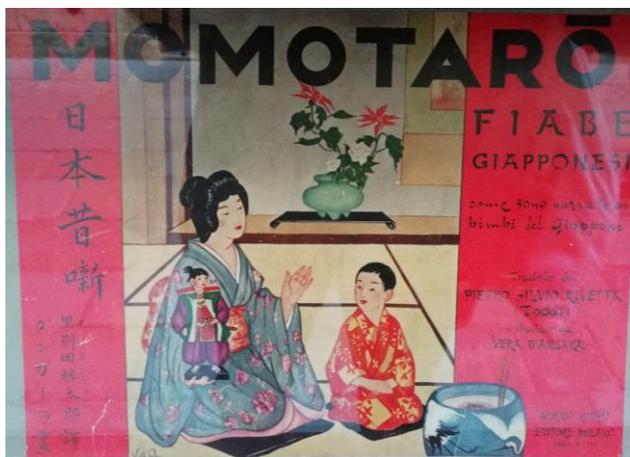
Per quanto riguarda, invece, i 3 casi di trascrizione, è necessario specificare che due di essi possono essere considerati come prodotto del processo decisionale svolto dall'*authorship*, mentre il terzo è un adesivo che non presuppone quindi un diretto intervento da parte di chi lo ha esposto. Il primo è l'insegna, già presentata, dell'Osteria Sushi (Dorsoduro 3958). È già stato specificato come questo tipo di trascrizione possa essere considerata il frutto di un processo opposto, in cui l'*audience* o il fruitore che l'autore voleva raggiungere era un individuo madrelingua italiano. Analizzando nuovamente questa insegna, con attenzione rivolta esclusivamente al suo aspetto visivo e compositivo, emergono considerazioni interessanti riguardanti la distribuzione, il font e la grandezza delle diverse sezioni costituenti l'unità d'analisi. Risalta immediatamente all'occhio, infatti, la trascrizione in rōmaji del nome dell'Osteria: "Aiki", scritto nella parte centrale, con un font affilato dalla forma "orientaleggiante" e nettamente più grande rispetto agli altri due blocchi linguistici. In basso è presente la scritta "Osteria sushi", che integra e completa il nome del locale, riuscendo inoltre a offrire una breve spiegazione ed anticipazione di quello che è possibile trovare al suo interno. Questo testo ha un font e una grandezza diversa rispetto alla trascrizione soprastante. Alla destra di questi due blocchi troviamo invece il nome del locale scritto in kanji "Aiki" 合氣, con l'arrangiamento dei caratteri in verticale. A livello compositivo, quindi, l'insegna presenta: (1) il nome del locale scritto in caratteri latini con font orientaleggiante e grande dimensione dei caratteri; (2) il "sottotitolo" quasi didascalico in italiano, con font e dimensione diversa, per integrare ulteriori informazioni; (3) il nome del locale scritto in kanji, arrangiato in verticale sulla destra. Tutti e tre i blocchi linguistici sono scritti in bianco, e ben risaltano sullo sfondo nero dell'insegna. In questo specifico tipo di arrangiamento delle componenti linguistiche mette in "risalto" il nome in caratteri latini, facilmente riconoscibili e soprattutto leggibili sia da una grande porzione di turisti, che dai residenti.



*Immagine 17. Osteria Sushi, con dettaglio sui tre blocchi linguistici. Dorsoduro 3958, Foto dell'autore.*

Questa composizione è giustificata e motivata anche dalle domande rivolte all'autore di questa insegna; è emerso infatti che la scritta in kanji ha un semplice scopo decorativo ed ornamentale, volto alla creazione di un ambiente concorde e coerente con il prodotto offerto. Per quanto riguarda la descrizione di questo elemento, inoltre, è possibile applicare lo "schema" teorico proposto da Kress e Van Leeuwen secondo il quale, generalmente, la parte sinistra di un'immagine è occupata da ciò che viene definito come "già noto", mentre quella destra rappresenta qualcosa di "nuovo". La parte scritta in giapponese, rappresentando qualcosa di "non autoctono" al quale è necessario prestare maggiore attenzione, rientra nella categoria definita come "nuovo". Al contrario la parte scritta in rōmaji e in italiano occupa la sezione del "già noto", configurandosi come qualcosa di più familiare. All'esterno di questo locale è stata trovata un'ulteriore unità d'analisi che, infatti, ha un puro scopo esornativo anche perché non contribuisce né a fornire indicazioni circa il nome e il tipo di locale, né integra, con una descrizione, ciò che è reperibile all'interno di tale osteria. Si tratta infatti della copertina di un libro contenente, presumibilmente, la fiaba giapponese "Momotarō" considerato che, proprio questo titolo, è riportato in caratteri molto grandi nella parte superiore dell'insegna. Alla sinistra e alla destra del centrale disegno raffigurante i protagonisti del racconto

troviamo, rispettivamente, il sottotitolo in giapponese (scritto in kanji e katakana in verticale) e la sua traduzione in italiano.



*Immagine 18. Esempio di utilizzo decorativo della lingua giapponese. Dorsoduro 3958. Foto dell'autore.*

Anche in questo caso il font utilizzato ricorda la forma tagliente del katakana, ed è utilizzato al fine di richiamare il contenuto presente all'interno della fiaba. È interessante notare come la parte scritta in italiano, nel riportare contenutisticamente ciò che è già stato esposto in lingua giapponese sulla parte sinistra dell'insegna, risulti più pesante alla lettura anche perché la dimensione dei caratteri è più piccola.<sup>229</sup> La parte che risalta immediatamente all'occhio è quindi il titolo della fiaba "Momotarō", che comunque non rimanda intuitivamente e necessariamente all'ambito della letteratura giapponese. Non ha nulla a che vedere, inoltre, con il locale e con il prodotto che vi si può consumare. Anche in questo caso (come confermato dall'intervista), la funzione di questa

---

<sup>229</sup> Per ragioni grammaticali e sintattiche, infatti, nell'arrangiare una traduzione in italiano la frase o il testo può risultare più lungo. Per far entrare questa traduzione all'interno di uno pressoché simmetrico a quello dedicato alle scritte in giapponese, quindi, l'autore ha dovuto utilizzare un carattere dalla dimensione più piccola.

iscrizione è decorativa e, inoltre, questo elemento non è frutto di processi decisionali dell'*authorship* il quale intervento si è quindi limitato all'esposizione di tale copertina.

Il secondo caso di trascrizione è quello della gioielleria in Piazza San Marco 112 (anche questa insegna è stata descritta nella sezione riguardante le trascrizioni) in cui la scritta in katakana affianca il nome del negozio. Questa unità d'analisi presenta una composizione estremamente sbilanciata. La dimensione dei caratteri della scritta in italiano, infatti, è maggiore rispetto a quella in giapponese e, per questo motivo, tale porzione risulta molto più visibile e saliente. La scritta in giapponese, inoltre, occupa l'immaginaria sezione destra dell'iscrizione, dedicata anche al numero civico del negozio, apparendo quindi quasi didascalica.

L'ultimo esempio è quello dell'adesivo, in cui la versione in script latino, sottostante al nome proprio scritto in kanji, è molto più piccola e "snella" rispetto al font utilizzato per la parte in giapponese.

Per quanto riguarda, infine, le tre unità d'analisi monolingue è importante premettere che solamente in uno di essi è presente un altro elemento visivo oltre alla scritta in giapponese. Si tratta dell'insegna fuori dal "Bar Mio" (San Marco 1176), esposta allo scopo di mostrare i prodotti presenti all'interno del locale. In questo caso è inoltre possibile applicare in maniera "rigida" il paradigma metodologico di Kress e Van Leeuwen, che prevede la distinzione tra ciò che è "ipotetico" in alto, e ciò che è "reale" in basso. L'insegna è infatti composta da due blocchi immaginari: quello occupato dalla frase in giapponese e quello in cui sono presenti i disegni raffiguranti il contenuto semantico già proposto. Le immagini rappresentano quindi il reale: facilmente intuibili e percepibili provocano una rapida associazione di riconoscimento da parte del fruitore. È presente un'ulteriore iscrizione, quasi didascalica, sul lato sinistro dei rispettivi disegni, con lo specifico obiettivo di associare all'immagine la giusta denominazione.

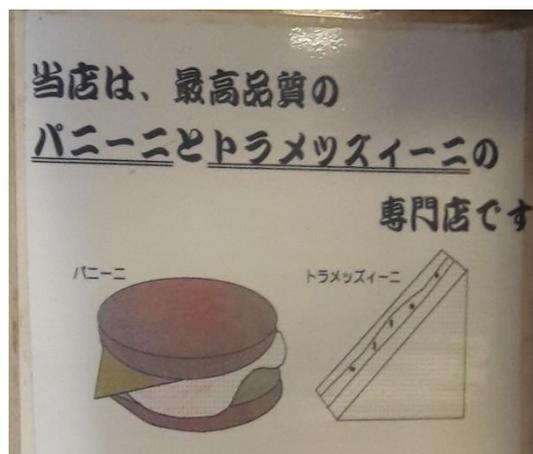


Immagine 19. Bar Mio, San Marco 1176. Foto dell'autore.

Negli altri due casi, invece, è presente la sola iscrizione in giapponese, con carattere leggibile e visibile nei confronti dello sfondo su cui è scritta: o nero su bianco o, al contrario, bianco su nero.

Attraverso l'adozione di questo approccio dedicato ad un sistematico esame visivo delle unità d'analisi, è emerso come sia possibile constatare l'esistenza di un filo conduttore che parte dalle intenzioni dell'*authorship* e, passando per i diversi processi decisionali, sfocia nella composizione estetico-visiva del cartello esposto. Problematica rimane la questione circa la consapevolezza e il grado di coinvolgimento dell'*authorship* sotteso in questo svolgimento, tenendo soprattutto presente che la lingua giapponese viene spesso considerata come "secondaria" e non è quindi soggetta ad un processo decisionale legato alla precisa posizione in cui collocarla. Dall'analisi è infatti emerso come in nessun caso la lingua giapponese sia collocata nella parte alta o centrale dell'insegna e questo non può essere considerato come una semplice casualità anche perché ciò trova spiegazione e conferma nelle interviste rivolte all'*authorship*, in cui è stato possibile cogliere come la visibilità e la salienza della lingua giapponese non sia una questione prioritaria. Nonostante essa venga comunque considerata e conseguentemente inserita in questi cartelli multilingue, nel

particolare e nel globale LL non si può asserire che essa riesca a prevalere sulle altre. Questa analisi basata sulla composizione delle insegne multilingue e sull'aspetto visivo e la capacità di prevalere della lingua giapponese ha mostrato, nuovamente, quanto stretto sia il legame tra LL e gli attori sociali che, attraverso esso, interagiscono reciprocamente. È stato inoltre possibile mettere in evidenza in che modo i processi decisionali, includendo anche la scelta dell'*audience* di riferimento, trovino applicazione e concretezza nell'arrangiamento gerarchico delle lingue all'interno degli elementi raccolti. Questa analisi si è dunque soffermata sulla descrizione degli specifici casi; partendo da questa panoramica, e mantenendo questo approccio basato sul ruolo dei *participants* coinvolti nella produzione del LL, sarà possibile riprendere il discorso sulla rappresentazione identitaria (degli attori sociali) e sul processo di significazione simbolica dello spazio già affrontato nel momento della discussione circa il numero di lingue presenti all'interno delle unità d'analisi e gli autori di esse.

Nei precedenti paragrafi è già stata affrontata la questione del rapporto tra il LL giapponese nel Centro storico e i processi di rappresentazione identitaria e significazione simbolica dello spazio. I criteri e i paradigmi dei quali ci si è serviti per determinare e riconoscere questi due processi sono il risultato dell'adozione del punto di vista, rispettivamente, della prospettiva sull'*authorship* e della panoramica sulla distribuzione geografica degli elementi. Ciò che è emerso è che la rappresentazione identitaria vede (da parte dell'*authorship*) una trasposizione a livello linguistico all'interno delle insegne, che si articola e si manifesta attraverso le varie scelte preliminari (metafunzione interattiva). Per quanto concerne i fruitori, invece, questo processo coincide con il riconoscimento e la familiarità con la lingua giapponese percepita e compresa. La significazione simbolica dello spazio si sviluppa e articola invece proprio grazie alla presenza della lingua

giapponese all'interno del contesto analizzato che, così facendo, da luogo diventa spazio. Oltre a queste considerazioni, però, è possibile attribuire altre accezioni di significato a questi due processi, contribuendo così ad allargare il discorso attorno al ruolo che assume il LL nella rappresentazione identitaria e nella significazione dello spazio. È importante precisare che le descrizioni di questi due processi, provenendo da punti di vista e prospettive diverse, non devono essere considerate come auto-escludenti ma come cooperanti e partecipanti dello stesso discorso sul LL.

La panoramica emersa in seguito all'analisi dell'aspetto estetico-visivo delle insegne, considerate come mezzo attraverso il quale avviene la trasmissione (e la conseguente comprensione) di contenuti concettuali o narrativi, ha portato a considerazioni circa l'articolazione del processo di significazione che ha luogo attorno ai criteri riguardanti il valore informativo e la salienza della lingua giapponese. Le descrizioni si sono soffermate sulle specifiche manifestazioni in relazione all'unità d'analisi che le conteneva. Il processo decisionale comprendente la scelta di utilizzare la lingua giapponese, però, può essere a sua volta considerato come schema paradigmatico per la comprensione della rappresentazione identitaria degli attori sociali che interagiscono mediante questa lingua. In altre parole, un approccio che tenga conto di come la significazione verbale, che ha luogo nella comunicazione visiva, possa essere considerata *anche* come la conseguenza della trasposizione in chiave linguistica degli attori sociali, si confà ad un discorso più ampio sul processo di rappresentazione identitaria e significazione simbolica dello spazio. Riprendendo l'apparato teorico proposto da Scollon e Scollon<sup>230</sup> sulla *visual semiotic*, quindi, sarà possibile revisionare tali temi in termini di partecipanti presenti o almeno coinvolti all'interno dell'insegna che costituisce il LL. Gli autori si soffermano su come le immagini riescono a rappresentare sia il mondo reale che i *participants* attraverso la loro collocazione in un determinato luogo. Il termine in italico è stato

---

230 SCOLLON, SCOLLON, *Discourses in place...*, cit., p. 85.

utilizzato dai due autori in chiaro richiamo a Kress e Van Leeuwen, i quali con la loro opera specificatamente dedicata alla *visual semiotic*, avevano descritto questo termine come:

[...] there are two types of participant involved in every semiotic act, interactive participants and represented participants. The former are the participants in the act of communication [...] the latter are the participants who constitute the subject matter of the communication.<sup>231</sup>

Per "partecipante" nel (e del) processo semiotico di rappresentazione e significazione simbolica che avviene nel LL si intende quindi sia chi attivamente interagisce con le insegne o manifestazioni linguistiche (*authorship* e fruitori), sia chi è oggetto stesso della comunicazione verbale. È implicita la traslazione di accezione e sfumatura di significato che porta il concetto di "linguaggio" a sostituire quello di "immagine" all'interno delle definizioni appartenenti alla letteratura della *visual semiotic*. Adottando quindi questa definizione all'ambito del LL e, conseguentemente, al caso studio di questa ricerca, potremmo asserire che l'insegna (*carrier* e segno linguistico) contenente la lingua giapponese porti e trasmetta un significato (identitario) attraverso un sistema comprendente la rappresentazione e la trasposizione linguistica dei partecipanti. Ciò significa che il modo in cui la lingua giapponese (e il complessivo LL che ne deriva) rappresenta il fruitore è influenzato sia dalla presenza più o meno filtrata dell'*authorship* (considerato infatti come "partecipante" del processo di significazione) all'interno dell'insegna, sia dal luogo in cui essa è posta. Si avvalorava quindi nuovamente la tesi secondo la quale il LL giapponese abbia la metafunzione di rappresentare

---

231 KRESS, VAN LEEUWEN, *Reading images...*, cit., p.48.

(linguisticamente e visivamente) sia l'a figura dell'*authorship* che l'interazione che esso ha con l'ipotetico fruitore.

### 5.5 Interviste e punti di vista

L'obiettivo di questo paragrafo è quello di comprendere le motivazioni e gli scopi che hanno portato l'*authorship* ad esporre insegne contenenti anche (o solo) la lingua giapponese. Non solo: dall'analisi delle interviste verrà fatta chiarezza sul ruolo attribuito alla lingua giapponese e sul grado di coinvolgimento dell'*authorship* nel contribuire al LL giapponese del Centro storico di Venezia. Allo stesso tempo sono state rivolte domande anche ad alcuni turisti giapponesi, allo scopo di rilevare come (e se) tali insegne o cartelli sono stati compresi. Così facendo, quindi, non solo verrà evidenziato anche il punto di vista degli ipotetici fruitori, ma emergerà l'eventuale discrepanza o concordanza tra l'iniziale obiettivo dell'*authorship* e l'effettivo soddisfacimento di esso. L'analisi sinergica ed incrociata delle due prospettive, quindi, riuscirà a connettere direttamente i due "raggruppamenti" di attori sociali che interagiscono attraverso il linguaggio. Questo approccio ci permette di comprovare le deduzioni evinte mediante le analisi incrociate sull'aspetto visivo e sul valore semantico delle iscrizioni. Come già presentato nel Capitolo 3, le domande poste all'*authorship* sono state:

- 1) *Il suo negozio/ristorante è stato fondato e/o si trova anche in territorio giapponese?*
- 2) *Vende/offre prodotti giapponesi?*
- 3) *Per quale motivo all'esterno del suo negozio/ristorante è presente una scritta in lingua giapponese?*
- 4) *All'interno del locale qualcuno conosce la lingua giapponese?*
- 5) *Con quale criterio è stato deciso l'ordine con cui sono proposte le traduzioni?*,

Quest'ultima domanda, come specificato, è stata rivolta esclusivamente nel caso in cui sia stato rinvenuto un cartello contenente più traduzioni della stessa informazione.

Per quanto concerne le domande rivolte ai fruitori (10 turisti giapponesi), invece:

- 1) *Ritiene utile questo tipo di traduzione?*
- 2) *Che cosa crede di trovare all'interno di questo negozio/ristorante?*
- 3) *Ha notato altri elementi linguistici giapponesi all'interno del Centro storico? Se sì, crede siano sufficienti/utili?*

Nel discutere i precedenti paragrafi si è già fatto ricorso al contenuto delle interviste, al fine di giustificare e avvalorare le conclusioni e deduzioni presentate. È già stata fatta chiarezza, ad esempio, circa l'utilizzo specifico della lingua giapponese all'interno di cartelli multilingue contenenti traduzioni, evidenziando come la posizione e la collocazione di tale versione occupi sempre la parte bassa dell'insegna come risultato decisionale delle preferenze dell'authorship. In questo paragrafo verranno rielaborati i risultati di queste interviste allo scopo di delineare i contorni del ruolo e dell'attitudine dell'authorship sia nei confronti della lingua giapponese che in quelli del fruitore. Partendo da questa prospettiva, inoltre, anche quest'ultimo ruolo verrà ridefinito, cercando di specificare quali circostanze lo portano ad essere considerato destinatario, pubblico o origiatore del LL.

### *5.5.1 Interviste all'authorship*

Prima di proseguire con l'analisi delle interviste, è importante premettere che, per quanto concerne la disponibilità e l'accessibilità all'authorship, sono stati seguiti percorsi diversi nella

somministrazione delle domande. Questo perché, mentre gli autori *bottom-up* sono stati intuibilmente rintracciati all'interno del proprio locale, non è stato analogamente possibile intervistare quelli *top-down*. Non sono state quindi fornite spiegazioni circa le decisioni sottese alla scelta di utilizzare la lingua giapponese né, tantomeno, riguardanti l'arrangiamento dell'insegna.

Per quanto concerne le interviste *all'authorship bottom-up*, invece, le risposte presentano una sorta di omogeneità contenutistica. Di tutti i casi registrati, infatti, solo uno ha fornito risposta affermativa alla prima domanda, quella riguardante cioè la relazione tra *background* "culturale" del negozio e utilizzo della lingua giapponese. Si tratta del caso della multinazionale Muji<sup>232</sup>, presso Fondamenta Santa Lucia 23. Come ben spiegato dall'insegna multilingue, questa attività commerciale si occupa della rivendita di una vasta gamma di prodotti, dalla cancelleria agli articoli per la casa e i viaggi; ogni oggetto acquistabile all'interno di questo spazio, inoltre, riporta un adesivo contenente la sua funzione e spiegazione in lingua giapponese. In questo caso, quindi, esiste una relazione tra il *background* del negozio e l'utilizzo della lingua giapponese nell'insegna; è comunque necessario far notare come, dovendosi conformare al contesto in cui è situato il negozio, anche in questo caso la lingua giapponese occupa la parte bassa dell'insegna. Le traduzioni proposte sono infatti tre: italiana (la prima), inglese (la seconda) e giapponese (l'ultima). Il nome del negozio, inoltre, è riportato sia nella trascrizione in caratteri latini in alto, insieme al logo, che in basso nella versione giapponese in kanji MUJI. In questo ultimo caso è possibile notare che la dimensione dei caratteri è sufficientemente grande da renderli molto visibili nonostante la posizione. Tolto questo caso, quindi,

---

232Muji è una multinazionale giapponese fondata nel 1980 che ha l'obiettivo di offrire prodotti di qualità, versatili e funzionali. Sebbene, tra gli elementi rinvenuti, è stata documentata anche l'insegna "Osteria sushi", all'interno della quale è possibile mangiare anche del cibo giapponese (declinato e revisionato nei paradigmi culinari dell'osteria), tale esercizio commerciale non può essere ricondotto ad un'origine o ad un *background* giapponese e, per questo, non è stato incluso in questo gruppo.

tutti gli altri negozi o ristoranti non solo non possono essere ricondotti ad un *background* culturale o economico giapponese, ma non vendono nemmeno prodotti giapponesi. Ciò è confermato non solo dal tipo di negozio o di ristorante, ma anche dalle interviste ai proprietari e commessi.

Per quanto riguarda la domanda numero 3, quella sulle motivazioni che hanno spinto i commercianti o i proprietari ad esporre insegne contenenti la lingua giapponese è stata riscontrata una generale propensione verso l'interesse consapevole al rendersi visibile anche (e in alcuni casi solo) all'ipotetico fruitore giapponese. Nel caso delle insegne multilingue, infatti, la risposta preponderante riscontrata nei casi di traduzioni è stata la necessità di "*far capire a chi conosce la lingua giapponese cosa è possibile acquistare/trovare all'interno del negozio*" (o del ristorante). L'obiettivo dell'*authorship* è quello di raggiungere una porzione di popolazione più ampia possibile e, per questo motivo, vengono inserite più traduzioni possibili dello stesso contenuto semantico. Oltre a questa risposta, però, sono stati riscontrati casi<sup>233</sup> in cui la traduzione in giapponese sia stata motivata dal fatto che quel negozio fosse già noto ai turisti giapponesi che "*apprezzano e conoscono la merce presente*". Resta comunque centrale il *background* commerciale ed economico all'interno del quale si inseriscono le necessità dell'*authorship*. Come già accennato, nei casi di insegne contenenti più traduzioni è stata posta anche un'ulteriore domanda, volta a comprendere le motivazioni circa la collocazione (all'interno di tale unità d'analisi) della versione in lingua giapponese. Anche nei casi in cui il proprietario intervistato aveva specificato che la merce presente all'interno del negozio fosse già nota ai turisti giapponesi, tutte le risposte hanno specificato come la precedenza visiva data alle altre traduzioni (nello specifico quella inglese che occupa sempre la parte alta delle insegne) fosse determinata dalla corrispondenza con una mole maggiore di ipotetici

---

233 In questo caso ci si riferisce esclusivamente ai negozi e non più anche ai ristoranti o ad altri punti di ristoro.

fruttori. Inoltre, e come già discusso<sup>234</sup>, molti intervistati hanno aggiunto che il presentare primariamente la versione in lingua inglese fosse dettato dall'assunto che, essendo una lingua globale, essa possa essere compresa da tutti.

Per quanto concerne le trascrizioni è importante specificare che, delle 3 documentate, una non può essere associata ad alcuna intervista (si tratta dell'adesivo dell'artista e designer Akinori Oishi) e quindi, nel procedere con la descrizione, si farà riferimento solo alle altre due. In seguito alle interviste rivolte ai responsabili di questi due elementi è emerso come le cause che li hanno guidati ad esporre queste insegne seguano processi decisionali opposti. Da una parte si ha una trascrizione che muove dallo script latino al katakana (è il caso dell'insegna già presentata "Camilla", presso Piazza San Marco 112) e, dall'altra, dai kanji allo script latino ("Osteria sushi Aiki"). Alla luce di questi due esempi (già descritti nei paragrafi precedenti), quindi, si può asserire che la necessità non è più comunicativa in senso stretto (non comprende quindi nessun contenuto semantico da rendere decifrabile e chiaro anche al fruitore giapponese). Il bisogno dell'*authorship* è quello di rendere tale insegna visibilmente riconoscibile a chi sappia leggere (e magari comprendere) o lo script latino, o i sistemi di scrittura giapponesi.

L'ultimo gruppo di insegne multilingue, quello che comprende un eterogeneo insieme di ritagli di giornali, riviste specializzate e guide, ha fatto emergere questioni e considerazioni circa la consapevolezza (della lingua presente nel ritaglio) e il coinvolgimento diretto tra *authorship* e utilizzo specifico della lingua giapponese. È necessario esporre preliminarmente come, per quanto riguarda questa particolare tipologia, non è stato riscontrato un processo di concreta e diretta creazione da parte dell'*authorship*, il quale, in questi esempi, assurge al ruolo di "mediatore".<sup>235</sup> La maggior parte

---

234 Nei precedenti paragrafi, dedicato all'analisi dell'aspetto estetico-visivo dell'insegna, è già stata proposta una panoramica circa tali argomenti.

235 Tale questione verrà approfondita nel paragrafo successivo.

delle risposte alla domanda sul perché avessero esposto tali insegne è stata: "*Perché, in questo articolo (della guida o del giornale giapponese) si parla del mio negozio e dei nostri articoli*". L'esposizione di tali ritagli, quindi, acquisisce il significato simbolico di garanzia, familiarità e vicinanza tra negozio e fruitore giapponese. Oltre ai casi in cui i proprietari si sono mostrati del tutto ignari del fatto che quella esposta fosse la lingua giapponese, quindi, si può asserire che, sebbene con un minimo grado di intervento diretto<sup>236</sup>, anche questi esempi mostrano l'intenzione di rendersi visibili e percepibili agli occhi del fruitore giapponese. È infine importante far notare come, spesso, questo vanto e orgoglio implicito nell'esposizione di tali ritagli, si sia tradotto in interesse ornamentale e decorativo, che contribuisce dunque alla creazione simbolica di uno spazio "vicino" al turista giapponese.

Per quanto concerne, invece, l'*authorship* delle insegne monolingue, è necessaria un'ulteriore suddivisione, che vede da una parte le insegne direttamente pensate e scritte dai proprietari dei negozi (intervento diretto nel LL) e dall'altra alcuni ritagli di giornale in cui è presente solo la lingua giapponese. Quest'ultimo caso si allinea, per intenti e motivazioni a quello di multilinguismo vario appena descritto. Il primo gruppo, invece, vede il particolare interesse dell'*authorship* a scrivere in giapponese come conseguenza del fatto che "*ci sono molti turisti giapponesi in questa zona, così facendo posso mostrare quello che vendo*". Ne derivano quindi iscrizioni contenenti informazioni circa il tipo di servizio offerto all'interno o il prodotto acquistabile.<sup>237</sup> Un caso isolato, già affrontato,

---

236 Questa espressione può essere fuorviante., in primo luogo poiché il grado di intervento diretto, non essendo una categoria analitica, non può essere oggettivamente quantificato. In secondo luogo, e a conferma del primo, la definizione di intervento o coinvolgimento nel contribuire alla creazione del LL può essere considerata come "relativa". In questa ricerca è stato considerato come "diretto" qualsiasi intervento che avesse coinvolto attivamente l'*authorship* nella creazione di un'insegna. Ne sono un esempio tutte le traduzioni e le iscrizioni monolingue in cui è implicita e necessaria la partecipazione diretta e "creativa" dell'autore.

237 Ne sono esempi, rispettivamente, il cartello esposto all'esterno della tintoria "Tre Ponti" (Santa Croce 2765) in cui è riportato, in katakana "Drive cleaning, laundry service" (ドライブクリーニング、ランドリーサービス)

è quello del negozio "Sanzogno Gallery" (San Marco 338), in cui la scritta Kameo in katakana (カメオ) ivi collocata non ha nulla a che fare né con l'esercizio commerciale né con la volontà dell'*authorship*, trovandosi lì dalla precedente gestione.

Infine, sulla questione legata all'utilizzo della lingua giapponese all'interno del negozio o ristorante, solo in alcuni casi è stato affermato che "*qualche commesso/a lo conosce*".

Le interviste rivolte all'*authorship bottom-up* hanno confermato le ipotesi già presentate riguardanti la funzione prettamente economica attribuita alla lingua giapponese da parte dei proprietari degli esercizi commerciali. È stata inoltre avvalorata la congettura proposta circa l'interesse individuale di rendersi percepibili, visibili e riconoscibili dai turisti giapponesi all'interno di un contesto estremamente competitivo. Sui processi attraverso i quali si concretizza la visibilità del determinato negozio, bar o ristorante verrà fatta chiarezza nella sezione dedicata alle conclusioni. Per adesso è sufficiente sottolineare come la necessità di attrarre, direttamente o indirettamente, l'ipotetico fruitore giapponese abbia portato i proprietari ad utilizzare anche (o solo) la lingua giapponese. È inoltre emerso come, talvolta, l'esposizione di ritagli o copertine contenenti la lingua giapponese fosse dettata da un interesse prettamente estetico e decorativo, in alcuni casi accompagnato dalla non consapevolezza che quella esposta fosse la lingua giapponese.

### 5.5.2 *Interviste ai fruitori*

In questo paragrafo verranno presentati i risultati delle interviste somministrate a 10 turisti giapponesi. Come già spiegato si è preferito porgere le domande in prossimità delle insegne

---

e il "Bar mio" (San Marco 1176) all'esterno del quale è attaccato un foglio contenente un'informazione sui diversi prodotti alimentari di punta del bar come panini e tramezzini (questo elemento è già stato mostrato).

rinvenute, al fine di essere sicuri dell'eventuale comprensione (da parte del fruitore) contestuale degli elementi linguistici.

Per quanto riguarda l'insegna *top-down* "Ocio al tacuin", tutti gli intervistati in prossimità di tale adesivo hanno affermato di ritenere molto utile questo tipo di iscrizione. Per le insegne *bottom-up* le interviste sono state divise in due "gruppi": quelle riferite ai cartelli contenenti traduzioni e quelle, invece, che consistono in ritagli di riviste o guide. Nel primo caso tutti gli intervistati hanno concordato sia sull'utilità della presenza di tale traduzione, sia sull'aspettativa dei prodotti o servizi presenti all'interno del locale. Nessun turista, infatti, si aspettava di trovare prodotti giapponesi all'interno di negozi, esprimendo, al contrario, la previsione di trovare prodotti tipici o locali. Ciò è stato riscontrato anche nei casi appartenenti all'altro gruppo (quello intervistato sull'efficacia dei ritagli di rivista) che, però, in alcuni casi, afferma di non aver immediatamente compreso il tipo di relazione tra il ritaglio di giornale e il prodotto acquistabile all'interno del negozio.

L'ultima domanda, riguardante percezione del LL giapponese dagli stessi attori sociali giapponesi avvalorava in maniera definitiva la questione teorica riguardante l'importanza della salienza visiva e della frequenza con la quale una lingua viene riproposta all'interno dello stesso contesto urbano. Maggiormente percepiti, infatti, sono stati gli elementi *top-down* presenti in diverse parti del Centro storico (gli adesivi "Ocio al tacuin" e i manifesti della Biennale d'Arte) e, probabilmente, considerata la loro prominenza visiva, gli altri elementi più piccoli non sono stati percepiti.

Dall'analisi incrociata delle due prospettive emerge una certa concordanza tra obiettivo dell'*authorship* e comprensione del fruitore. Viene ulteriormente accreditata, inoltre, l'importanza dell'aspetto visivo delle insegne che, se più grandi e frequenti vengono maggiormente percepite e riconosciute.

## 5.6 Confronto teorico tra i concetti di *authorship* e *participants*

In questa ricerca è stato ampiamente utilizzata la denominazione *authorship* nel momento in cui ci si voleva riferire a chi, partecipando in maniera più o meno attiva al LL, esponeva cartelli o insegne contenenti la lingua giapponese. Questo termine è servito quindi ad indicare quella figura che, rendendo visibile la lingua giapponese, contribuiva alla creazione, al mantenimento e al mutamento del LL giapponese. Nel momento della presentazione e discussione dei dati è emerso come, talvolta, il termine *authorship* possa essere fuorviante: nei casi in cui gli elementi che presentavano una manifestazione linguistica giapponese erano adesivi o ritagli di giornale, infatti, la figura dell'*authorship* subiva una traslazione. Da autore direttamente coinvolto nell'utilizzo della lingua giapponese (con conseguenti processi decisionali circa la scelta linguistica, pragmatica, stilistica e dell'audience) passa infatti ad attore sociale che sceglie solamente se esporre o meno tale ritaglio o adesivo. Nel procedere con la discussione e ridefinizione dei processi di rappresentazione identitaria è stato introdotto il concetto di "*participant*" che, in alcuni casi, può sovrapporsi a quello di "*authorship*". Riprendendo l'apparato teorico proposto da Kress e Van Leeuwen, infatti, è stata fatta chiarezza sulla duplice accezione che può assumere questo termine, adatto cioè ad indicare sia chi partecipa dell'atto comunicativo (partecipante interattivo), sia chi è rappresentato tramite tale atto (partecipante rappresentato).

Nel caso del LL giapponese e degli elementi descritti in questa ricerca è emerso che talvolta la figura di "chi produce il LL" coincide con quella del partecipante interattivo. Ci si riferisce in questi casi agli elementi in cui è stato riscontrato un coinvolgimento e un'interazione diretta nel processo di creazione dell'insegna, che ha interessato in prima persona l'*authorship* (nella composizione, ad esempio, di traduzioni, trascrizioni o iscrizioni monolingue giapponesi). Questi esempi sono il risultato della somma tra i diversi processi decisionali e la componente estetico-visiva dell'insegna.

Proprio per questo motivo, quindi, si può affermare che in questi casi la presenza dell'*authorship* sia implicita ed in qualche misura rappresentata all'interno di tale unità d'analisi (partecipante interattivo).

Analogamente anche il profilo delle necessità e delle caratteristiche dell'ipotetico fruitore è indirettamente proiettato all'interno di tali elementi, facendo sì che essi possano essere considerati come criterio per la comprensione dei processi di rappresentazione identitaria. Come già presentato, quindi, il grado di coinvolgimento nel processo di creazione di un'insegna può essere considerato come un criterio per discernere il livello di consapevolezza dietro all'interazione tra tali attori sociali. Partendo da questo paradigma metodologico di classificazione è inoltre possibile giustificare tutti quei casi in cui non è stata riscontrata coincidenza tra *authorship* e *participants*. Nei casi in cui, infatti, l'intervento dell'*authorship* si sia limitato all'esposizione di cartelli senza una diretta intercessione, limitandosi quindi ad attaccare ritagli di rivista o adesivi<sup>238</sup>, risulta improprio parlare di partecipazione interattiva in senso stretto. Per quanto riguarda questo discorso è importante specificare che sarebbe scorretto sostenere aprioristicamente la totale assenza di tracce di "intromissione" identitaria dell'*authorship* all'interno di cartelli diversi da traduzioni, trascrizioni o monolingue. Nonostante non ci sia un diretto intervento da parte di chi decide di esporre tali insegne, infatti, il solo considerare tale attore sociale come medium e mezzo di trasmissione della lingua giapponese solleva la necessità di pensare a questo atto come ad un riflesso del processo di rappresentazione identitaria.

È infine importante precisare come la questione della "consapevolezza" debba ancora essere considerata come problematica e irrisolta. In primo luogo, non essendo una categoria analitica, non è possibile misurarla in maniera oggettiva. In secondo luogo sarebbe riduttivo associare

---

238 È importante specificare che, anche senza un intervento diretto nell'insegna, questa strategia soddisfa ugualmente i bisogni dell'*authorship* di attirare l'attenzione o di "decorare" l'ambiente.

aprioristicamente l'intervento diretto dell'*authorship* ad un alto "livello di consapevolezza". Anche chi ha esposto, ad esempio, ritagli di riviste contenenti la descrizione del proprio negozio, seppur non avendo affrontato le questioni legate ai vari processi decisionali, agisce consapevolmente e con l'intento di mostrare ed esporre la lingua giapponese. In questa fase descrittiva si è ricorso al concetto di "coinvolgimento nel processo creativo" per sottolineare come il criterio proposto si basasse sull'articolazione dell'intenzione interattiva dell'*authorship* e su come, questo processo, si rispecchi poi nell'insegna esposta (partecipante interattivo e metafunzione interattiva del linguaggio).

## CONCLUSIONI

La ricerca appena presentata ha mostrato e descritto in termini quantitativi e qualitativi il *Linguistic Landscape* presente all'interno del Centro storico di Venezia. Oltre a questi due approcci sono stati inoltre adottati i paradigmi metodologici e descrittivi propri della *visual semiotic*, allo scopo di evidenziare sia i processi decisionali coinvolti nella creazione del LL che le metafunzioni interattive che intercorrono tra linguaggio verbale e i diversi attori sociali.

All'interno del contesto analizzato sono state documentate 52 unità d'analisi, coerentemente con i paradigmi teorici e metodologici esposti. In seguito a questa prima fase empirica sono state effettuate classificazioni e categorizzazioni seguendo i tradizionali criteri concernenti il multilinguismo o monolinguisimo dei cartelli in cui era presente la lingua giapponese e il tipo di provenienza di tale iscrizioni (se *bottom-up* o *top-down*). È emerso che l'87% degli elementi costituenti il LL giapponese siano multilingue (quindi 45 unità d'analisi), mentre il restante 13% fosse monolingue (7 unità d'analisi). All'interno del primo gruppo sono poi stati rintracciati tre sottoinsiemi, nello specifico 24 traduzioni, 3 trascrizioni e 18 elementi contenenti un arrangiamento linguistico "vario". Dagli elementi monolingue, invece, 3 sono cartelli prodotti dall'*authorship*, 3 sono ritagli di giornale e 1 non ha niente a che vedere con il luogo in cui è stato rinvenuto. Adottando invece il criterio riguardante la provenienza di tali unità d'analisi è emerso come il 92% di esse siano *bottom-up* (48 elementi) mentre solo l'8% sia *top-down* (4 elementi). Di quest'ultimi, 3 sono stati rinvenuti più volte all'interno del Centro storico, mentre 1 (all'esterno della centrale di polizia in Piazza San Marco) ha un'unica collocazione.

Oltre a questa panoramica quantitativa, però, l'analisi *context-driven* del caso studio ha fatto emergere la necessità di ridiscutere e ricollocare i concetti chiave teorici tradizionali del LL al fine

di poter procedere con un esame coerente e completo di questo specifico caso studio. Ne è conseguita una descrizione quanto più possibile contestuale del LL: il LL giapponese presente nel Centro storico di Venezia può essere compreso in termini di necessità e bisogni economici e commerciali, dove la decisione di adottare e successivamente rendere più o meno visibile la lingua giapponese nasce dall'interesse dell'*authorship* di rendersi comprensibile ed acquisire quindi familiarità al cospetto dell'ipotetico fruitore. La definizione e previsione di quest'ultimo, inoltre, costituisce un perno fondamentale all'interno dei processi decisionali sottesi all'interazione tra *authorship* e contesto urbano. Si può quindi aggiungere che il LL è anche la rappresentazione verbale del compromesso tra le necessità dell'*authorship* e la previsione delle caratteristiche e dei bisogni del fruitore che, in questo caso, si colloca nel discorso del turismo e non tanto in quello di residente all'interno di una comunità o minoranza etnolinguistica. La descrizione della distribuzione degli elementi linguistici all'interno del contesto urbano, inoltre, avvalorata e conferma la definizione appena riproposta. È emerso infatti come la densità delle rappresentazioni linguistiche giapponesi sia più consistente nelle zone in cui il fenomeno turistico ha un'eco maggiore: i Sestieri San Marco e San Polo (con rispettivamente 18 e 15 elementi documentati), ad esempio, rappresentano le aree in cui l'utilizzo della lingua giapponese è più frequente.

La ricerca ha inoltre messo in evidenza le diverse tipologie di iscrizioni costituenti il LL (traduzioni, trascrizioni, insegne multilingue e varie), analizzandone le specifiche caratteristiche ed utilizzi in relazione soprattutto ai concetti di visibilità, salienza e vitalità. È emerso come questi tre concetti non debbano più essere considerati come "proprietà" in potenza della lingua giapponese, ma come interesse concreto dell'*authorship*. Ciò significa che la visibilità di tale lingua debba essere configurata in termini di interesse, da parte dell'*authorship*, di rendersi prominente (saliente) agli occhi del fruitore. Ne derivano considerazioni riguardanti il diverso modo di raggiungere ed acquisire

tale visibilità tramite l'utilizzo della lingua giapponese. È stata quindi proposta una panoramica che mettesse in relazione la tipologia di iscrizione con il processo verso la visibilità e riconoscibilità del singolo negozio all'esterno del quale è stato rinvenuto l'elemento linguistico analizzato. Secondo tale proposta, le insegne monolingue e quelle dal multilinguismo parallelo (traduzioni), essendo motivate dall'interesse di comunicare un contenuto, risultano visibili in quanto significative anche a livello semantico. Le trascrizioni, pur non trasmettendo sempre un vero e proprio contenuto, innescano un processo in cui il riconoscimento del sistema di scrittura giapponese, portando alla leggibilità della parola, contribuisce alla creazione dell'associazione (almeno visiva) tra tale negozio e la lingua giapponese. L'esposizione di ritagli di giornale e di riviste, spesso guidata da fini decorativi ed ornamentali, mira alla creazione di un ambiente visivamente familiare e vicino al fruitore, volendo infine configurarsi in termini di "garanzia" ed affidabilità. La vitalità della lingua giapponese, infine, trova spiegazione nel processo decisionale circa le previsioni sull'audience. Queste considerazioni sono il risultato dell'intersezione delle analisi quantitative e qualitative delle insegne contenenti la lingua giapponese, con le interviste (rivolte all'*authorship*) esplicitanti le motivazioni per le quali è stata utilizzata anche (o solo) questa lingua. Da tali interviste è emerso come, talvolta, la lingua giapponese sia utilizzata per scopi meramente decorativi, senza troppa consapevolezza da parte dell'*authorship*. Oltre a queste interviste sono state poste domande anche a 10 turisti giapponesi. È emerso come esista una certa corrispondenza tra gli obiettivi dell'*authorship* e la comprensione del messaggio da parte dei fruitori. Particolarmente interessanti sono risultate le risposte riguardanti la percezione del LL presente all'interno del Centro storico di Venezia; i tre segnali *top-down* ripetuti in più parti del contesto analizzato sono stati assimilati dai fruitori, a differenza di quelli *bottom-up*. Ne deriva un'ulteriore necessità: ridefinire le funzioni del LL. La funzione informativa diventa un mezzo attraverso il quale è possibile comprendere l'aspetto pragmatico e

concreto della presenza della lingua giapponese all'interno del Centro storico di Venezia. La funzione simbolica, invece, è strumentale al fine di cogliere il valore ricoperto dalla lingua giapponese in tale contesto, con particolare attenzione rivolta al processo di rappresentazione identitaria che ha luogo attraverso l'utilizzo specifico di tale lingua.

Questa ricerca ha quindi cercato di fornire un'istantanea della composizione e della consistenza del LL giapponese presente all'interno del Centro storico di Venezia. Tutti gli elementi ai quali si è fatto riferimento sono stati fotografati e documentati tra il luglio e il settembre 2018. Per questo motivo questo studio è di tipo sincronico e, pertanto, non può rispondere in maniera completa all'interrogativo, già proposto da Backhaus, circa lo svilupparsi e il mutare ineluttabile del LL nel tempo. È evidente, comunque, come la dinamicità di questa area di studio debba essere considerata condizione d'esistenza di ogni ricerca sul LL, che essa sia di tipo diacronico o sincronico. Per questo studio, quindi, il LL è stato considerato sia come un "oggetto" da analizzare che come un processo in divenire (*Linguistic Landscaping*) soggetto agli ineluttabili cambiamenti che hanno luogo grazie al contesto socio-economico in cui è stato analizzato.

Per quanto concerne, infine, l'accurata comprensione del ruolo degli attori sociali e del loro rapporto con la lingua giapponese, questa ricerca ha fatto emergere nuovi ed interessanti interrogativi. In primo luogo, esiste una relazione tra l'intenzione dell'*authorship*, i processi decisionali (linguistici, pragmatici e dell'*audience*) e la modalità visiva con la quale è arrangiata l'insegna? Se sì, si può procedere postulando il rapporto tra consapevolezza dell'*authorship* ed aspetto visivo della rappresentazione della lingua giapponese? Ancora, in quali termini è possibile riconoscere e distinguere la figura dell'*authorship* da quella del *participant* all'interno delle insegne contenenti la lingua giapponese? Emergono infine ulteriori domande riguardanti l'inserimento del discorso sul LL all'interno di aree di studio diverse come, ad esempio, *Urban Studies*, *Postcolonia Studies* o *Word*

*Languages / Cultural studies* al fine di comprendere in maniera completa tutte le modalità di interazione che avvengono attraverso l'utilizzo del linguaggio in spazi pubblici.

## BIBLIOGRAFIA

- ALBURY, Nathan John, "Linguistic landscape and metalinguistic talk about societal multilingualism", *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 2018, pp. 1-17.
- ALTMANN, Gabriel, FENGXIANG, Fan, *Analyses of Script: Properties of Characters and Writing Systems*, Berlino, De Gruyter, 2008.
- ARONIN, Larissa, Ó LAOIRE Muiris, "The Material Culture of Multilingualism: Moving Beyond the Linguistic Landscape", *International Journal of Multilingualism*, 10, 3, 2013, pp. 225-235.
- ARONIN, Larissa, SINGLETON, David, *Multilingualism*, John Benjamins Publishing Company, 2012.
- ASHWORTH, Gregory, PAGE, Stephen J., "Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes", *Tourism Management*, 32,1, 2011, pp. 1-15.
- BACKHAUS, Peter, *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tōkyō*, Clevedon, Multilingual Matters, 2007.
- BAGNA, Carla, GALLINA, Francesca, MACHETTI, Sabrina, "L'approccio del Linguistic Landscape applicato alla didattica dell'italiano L2 per studenti internazionali", in Carmel Mary Coonan, Ada Bier, Elena Ballarin (a cura di), *La didattica delle lingue nel nuovo millennio: Le sfide dell'internazionalizzazione*, Venezia, Edizioni Ca' Foscari, 2018, p. 219-231.
- BARNI, Monica, EXTRA, Guus, *Mapping Linguistic Diversity in Multicultural Contexts: Mapping Linguistic Diversity in Multicultural Contexts*, Berlino, De Gruyter, 2008.
- BARNA, Monica, BAGNA Carla, *The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL*, Linguistic Landscape 1, 1-2, 2015, p. 6-18.
- BELLINI, Nicola, Pasquinelli Cecilia, *Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*, New York, Springer, 2016
- BELLINZONA, Martina "Linguistic Landscape e i contesti educativi. Uno studio all'interno di alcune

- scuole italiane”, *Lingue e Linguaggi*, 25, 1, 2018, pp. 297-321.
- BEN-RAFAEL, Eliezer, SHOHAMY, Elana, HASAN AMARA, Muhammad, TRUMPER-HECHT, Nira, “Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: the case of Israel”, *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, 2006, pp. 7-30.
- BERRUTO, Gaetano, “Repertori delle comunità alloglotte e ‘vitalità’ delle varietà minoritarie”, in Carlo Consani, Paola Desideri, Franscesca Guazzelli, Carmela Perta (a cura di), *Alloglossie e comunità alloglotte nell’Italia contemporanea, teorie, applicazioni e descrizioni, prospettive*, Roma, Bulzoni, 2009, pp. 173–198.
- BLACKWOOD, Robert, LANZA, Elizabeth, WOLDERMARIAN, Hirut, *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, Londra, Bloomsbury Publishing Plc, 2017.
- BLOMMAERT, Jan, *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*, Bristol, Multilingual matters, 2013.
- BROWN, Kara, “The Linguistic Landscape of Educational Spaces: Language revitalization in schools in Southeastern Estonia”, in Durk Gorter, Hiko F. Marten, Luk Van Mensel, (a cura di), *Minority languages in the linguistic landscape*, Macmillan, Basingstroke, pp. 281-298.
- BOURDIEU, Pierre, *Language & Symbolic Power*, Cambridge, Polity Press, 1991.
- BRUYÈL-OLMEDO, Antonio, JUAN-GARAU, Maria, “English as a lingua franca in the linguistic landscape of the multilingual resort of S’Arenal in Mallorca”, *International Journal of Multilingualism*, 6, 4, 2009, pp. 386-411.
- BRUYÈL-OLMEDO, Antonio, JUAN-GARAU, Maria, “Shaping tourist LL: language display and the sociolinguistic background of an international multilingual readership”, *International Journal of Multilingualism*, 2013, pp. 51-67.
- CALVET, Jean Louis, *Les Voix De La Ville: Introduction À La Sociolinguistique Urbaine*, Parigi, Éditions Payot & Rivages, 1994.

- CASSELL, Catherine, SYMON, Gillian, *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*, Londra, SAGE Publications Ltd, 2004.
- CENOZ, Iragui, GORTER, Durk, "Linguistic Landscape and Minority Languages", *International Journal of Multilingualism*, 3, 2006, pp. 67-8
- CENOZ Jasone, GORTER, Durk, "The Linguistic Landscape As an Additional Source of Input in Second Language Acquisition", *IRAL International Review of Applied Linguistic in Language Teaching*, 46, 3, 2008, pp. 257-276.
- CHIARCOS Christian, CLAUS Berry, GRABSKI Michael, *Saliency: Multidisciplinary Perspectives on its Function in Discourse*, Berlino, De Gruyter, 2011.
- COMUNE DI VENEZIA- Servizio Statistica e Ricerca su dati Anagrafe comunale, *Comune di Venezia – Residenti nei quartieri e nelle municipalità per classi di età al 31/12/2017 – Totale maschi e femmine*, 2017.
- COMUNE DI VENEZIA- Assessorato al Turismo della Città di Venezia, *Annuario del Turismo*, 2017.
- COMUNE DI VENEZIA- Servizio Statistica e Ricerca – Direzione Servizi al Cittadino e Imprese, Settore Servizi al Cittadino, Protocollo e Archivio Generale, *Dinamiche demografiche a Venezia: Anno 2017*, 2018.
- COMUNE DI VENEZIA- Servizio Statistica e Ricerca su dati Anagrafe comunale, *Comune di Venezia -Bilancio naturale della popolazione residente (nati vivi e morti) – anni 2013-2017*, 2017.
- COMUNE DI VENEZIA- Servizio Statistica e Ricerca su dati Anagrafe comunale, *Comune di Venezia – Popolazione residente e movimenti demografici dal 31/12/2016 al 31/12/2017*, 2017.
- COMUNE DI VENEZIA- Servizio Statistica e Ricerca su dati Anagrafe comunale, *Popolazione residente nel Comune di Venezia – 1871-2017*, 2017.
- COMUNE DI VENEZIA- Servizio Statistica e Ricerca su dati Anagrafe comunale, *Previsione della popolazione residente nel Comune di Venezia: anni 2014-2028 – Ipotesi Alta*, 2017.

COMUNE DI VENEZIA- Servizio Statistica e Ricerca su dati Anagrafe comunale, *Comune di Venezia – Serie storica dei nati dal 2000 al 2017 per quartiere*, 2017.

COULMAS, Florian, "Linguistic Landscaping and the seed of public sphere", in Eliezer Shohamy, Durk Gorter, *Linguistic Landscape: Expanding the scenery*, New York, Routledge, 2009, pp.

COULMAS, Florian, *Sociolinguistics: The Study of Speakers' Choices*, Cambridge, Cambridge University Press, 2005.

CRYSTAL, David, *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*, Malden, Massachusetts, Blackwell Publishing, 2015.

CURTIN, Melissa L., "Creativity in polyscriptal typographies in the linguistic landscape of Taipei", *Social Semiotics*, 25, 2, 2015, pp. 236–243.

DENZIN, Norman K., LINCOLN, Yvonna S., *The SAGE Handbook of Qualitative Research*, Los Angeles, SAGE Publications Ltd, 2018.

DURDYEVA, G., "The language of tourism advertising with the concentration on the textual analysis", in *Advertising in the modern world: history, theory and practice: materials of the international scientific conference on May 22-23, 2014*, Praga, Sociosphera-CZ, 2014, pp. 9-20.

DURKHEIM, Émile, *The Rules of Sociological Method*, New York, The Free Press of Glencoe, 1964.

EDER, Klaus, "Making Sense of the Public Sphere", in Gerard Delanty, *Handbook of Contemporary European Social Theory*, Londra, Cardinal, 2005.

FILIPOVIC, Luna, JASZCZOLT, Kasia M., *Space and Time in Languages and Cultures: Language, culture, and cognition*, Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2012.

FRANCESCHINI, Rita, "Genesis and development of research in multilingualism: Perspectives for future research", In *The Exploration of Multilingualism: Development of Research on L3, Multilingualism and Multiple Language Acquisition*, 2009, pp. 27-61.

- GARCÍA, Ofelia, NELSON Flores, SPOTTI Massimiliano, *The Oxford Handbook of Language and Society*. Oxford, Oxford University Press, 2017.
- GARVIN, Rebecca T., *Emotional Responses to the Linguistic Landscape in Memphis, Tennessee: Visual Perceptions of Public Spaces in Transition*, Università della Pennsylvania, Pennsylvania University Press, 2012.
- GOFFMAN, Erving, *Behavior in Public Sphere*, New York, Free Press, 1963.
- GORTER, Durk, *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Clevedon, Multilingual Matters, 2006.
- GORTER, Durk, "Linguistic Landscape in a multilingual world", *Annual review of applied linguistics*, 33,1, 2013, pp. 190-212.
- GORTER, Durk, MARTEN Heiko F., VAN MENDEL Luk, *Minority Languages in the Linguistic Landscape*, Palgrave Macmillan, 2014.
- HEINRICH, Patrick, SMAKMAN, Dick, *Urban Sociolinguistics: The city as a linguistic process and experience*, Londra, Routledge, 2018.
- HOLMES, Janet, HAZEN, Kirk, *Research Methods in Sociolinguistics: A Practical Guide*, Somerset, John Wiley & Sons Incorporated, 2013.
- HOUGH, Carole, IZDEBSKA Daria, *The Oxford Handbook of Names and Naming*, Oxford, Oxford University Press, 2018.
- IVKOVIC, Dejan, LOTHERINGTON, Heather, "Multilingualism in cyberspace: conceptualising the virtual linguistic landscape", *International Journal of Multilingualism*, 6, 1, 2007, pp. 17-30.
- JOHNSON, Keith, *Quantitative Methods in Linguistics*, Oxford, Wiley-Blackwell, 2008.

- JOSEPH, John E., LOVE Nigel, TAYLOR Talbot J., *Landmarks in linguistic thought II: the Western tradition in the twentieth century*, Londra, Routledge, 2001.
- KING Lid, CARSON Lorna, *The Multilingual City: Vitality, Conflict and Change*. Bristol, Multilingual Matters, 2016.
- KRESS, Gunther, LEEUWEN Theo, *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, Londra, Routledge, 2004.
- LANDRY, Rodrigue, BOURHIS, Richard Y., "Linguistic Landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study", *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 1, 1997, pp. 23-49.
- LECLERC, Jacques, *La Guerre Des Langues Dans L'affichage: Essai*, Montréal, VLB, 1989.
- LEEMAN, Jennifer, MODAN, Gabriella, "Selling the city: Language, ethnicity and commodified space", in Elana Shohamy, Eliezer Ben-Rafael, Monica Barni (a cura di), *Linguistic landscape in the city*, Clevedon, Multilingual Matters, 2010, p. 182–198.
- LEES, Loretta, "Super-gentrification: The Case of Brooklyn Heights, New York City", *Urban Studies*, 40, 12, 2003, pp. 2487-2509.
- LEIMGRUBER, Jakob R. E., "Global multilingualism, local bilingualism, official monolingualism: the linguistic landscape of Montreal's St. Catherine Street", *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 2017, pp. 1-17.
- MAC GIOLLA CHRIOST, Diarmait, *Language and the City*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2007.
- MACHIN, David, *Visual Communication*, Berlino, De Gruyter, 2014.
- MARTIN-JONES Marilyn, BLACKLEDGE Adrian, CREESE Angela, *The Routledge Handbook of Multilingualism*, Londra, Routledge, 2015.
- MCARTHUR, Tom, "Interanto: The global language of signs", *English Today*, 16, 1, 2000, pp. 33–43.

- MILES, Malcom, *Cities and Cultures*, Londra, Routledge, 2007.
- MINOIA, Paola, "Venice Reshaped? Tourist Gentrification and Sense of Place", in Nicola Bellini, Cecilia Pasquinelli (a cura di) *Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*, Heidelberg, Springer, 2017, pp. 261-274.
- MISCHLER, James J., *Metaphor across Time and Conceptual Space: The interplay of embodiment and cultural models*, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 2013.
- MORIARTY, Máiréad, "Contesting language ideologies in the linguistic landscape of an Irish tourist town", *International Journal of Bilingualism*, 2014, 18, 5, pp. 464–477.
- NIKOLAOU, Alexander, Mapping the linguistic landscape of Athens: the case of shop signs, *International Journal of Multilingualism*, 14, 2, 2016, pp. 160-182.
- PACIONE, Michael, *The City: Critical Concepts in the Social Sciences*, New York, Routledge, 2001.
- PHARIES, David A., *Charles S. Peirce and the Linguistic Sign*, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 1985.
- POPESCU, Ioan-Iovitz, *Word Frequency Studies: Word Frequency Studies*, Berlino, De Gruyter, 2009
- PÜTZ, Martin, NEELE, Mundt, *Expanding the Linguistic Landscape: Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*, Bristol, Multilingual Matters, 2019.
- QUINN, Bernadette, "Performing tourism in Venice: local residents in focus", *Annals of Tourism Research*, 34, 2, 2007, pp. 458-476.
- RÁCZ, Péter, *Saliency in Sociolinguistics: A Quantitative Approach*, Berlino, De Gruyter, 2013.
- RASINGER, Sebastian M., *Quantitative Research in Linguistics: An Introduction*, Londra, Bloomsbury, 2016.

REH, Mechthild, "Multilingual writing: a reader-oriented typology. With examples from Lira Municipality (Uganda)", *International Journal of the Sociology of Language*, 170,1 2004, pp. 1-41

ROWLAND, Luke, "The Pedagogical Benefits of a Linguistic Landscape Project in Japan", *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 16, 4, 2013, pp. 494-505.

ROSSMAN, Gretchen B, RALLIS Sharon F., *Learning in the Field: An Introduction to Qualitative Research*, Thousand Oaks, SAGE, 2012.

RUZAITE, Jurate, "The linguistic landscape of tourism: Multilingual signs in Lithuanian and Polish resorts", *Eesti ja Soome-Ugri Keeleteaduse Ajakiri*, 8, 1, 2017, pp. 197-220.

SASSEN, Saskia, "Whose city is it?", in F.J Lechner, J. Boli, *The Globalization Reader*, Oxford, Blackwell, 2000.

SAUSSURE, Ferdinand, *Corso di linguistica generale*. Bari, Laterza, 2011.

SAYER, Peter, "Using the linguistic landscape as a pedagogical resource", *ELT Journal*, 64, 2, 2010, pp. 143-154.

SCIRIHA, Lydia, *International Perspectives on Bilingualism*, Newcastle upon Tyne, Cambridge Scholars Publishing, 2016.

SCHALLEY, Andrea, *Practical Theories and Empirical Practice: A linguistic perspective*, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 2012.

SHELLER, Mimi, URRY, John, "The new mobilities paradigm", *Environment and Planning*, 38, 2, 2006, pp. 207-226.

SCHLEEF, Erik, MEYERHOFF, Miriam, *The Routledge sociolinguistic reader*, Londra, Routledge, 2010.

SCHLICK, Maria, "The English of shop signs in Europe", *English Today*, 18, 2, 2002, pp. 3-7.

- SCIOLLA, Loredana, *L' Identità a più dimensioni. Il soggetto e la trasformazione dei legami sociali*, Roma, Ediesse, 2010.
- SCOLLON, Ron, SCOLLON Suzie W., *Discourses in Place: Language in the Material World*. London, Routledge, 2003.
- SCOLLON, Ron, SCOLLON Suzie Wong, *Discourse in Place: Language in the Material World*, Londra, Routledge, 2003.
- SEBBA, Mark, "Multilingualism in written discourse: an approach to the analysis of multilingual texts", *International Journal of Bilingualism*, 17, 1, 2012, pp. 97–118.
- SEBBA, Mark, MAHOOTIAN Shahrzad, JONSSON Carla, *Language Mixing and Code-Switching in Writing: Approaches to Mixed-Language Written Discourse*, New York, Routledge, 2014.
- SHOHAMY, Elena, GORTER Durk, *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, New York, Routledge, 2008.
- SYED ABDUL, Manan, MAYA KHEMLANI, David, DUMANIG, PERLAS, Francisco, NAQEEBULLAH, Khan, "Politics, economics and identity: mapping the linguistic landscape of Kuala Lumpur, Malaysia", *International Journal of Multilingualism*, 12,1, 2015, pp. 31-50.
- TAYLOR, Steven J., BOGDAN Robert, *Marjorie L. DeVault, Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource*, New Jersey, Wiley, 2016.
- TUFI, Stefania, BLACKWOOD Robert, "Trademarks in the Linguistic Landscape: Methodological and Theoretical Challenges in Qualifying Brand Names in the Public Space", *International Journal of Multilingualism*, 7,3, 2010, pp. 197-210.
- TUFI, Serena, BLACKWOOD Robert, *The Linguistic Landscape of the Mediterranean: French and Italian Coastal Cities*, Londra, Palgrave Macmillan, 2015.
- YAN, Libo, YOUNGHEE LEE, Maria, "Tourist Perceptions of the Multi-Linguistic Landscape in Macau", *Journal of China Tourism Research*, 10, 4, 2014, pp. 432-447.

WEI, Li, MOYER, Melissa G., *The Blackwell Guide to Research Methods in Bilingualism and Multilingualism*, Malden, Wiley-Blackwell, 2017.

WIENOLD, Gotz, "Inscriptions in daily life", in A. Sabban, C. Schmitt (a cura di) *Der sprachliche Alltag: Linguistik – Rhetorik – Literaturwissenschaft: Festschrift für Wolf Dieter Stempel*, Tübingen, Niemeyer, 1994.

XIAO, Rong, "The Linguistic Landscape of Beijing tourism spots: a field-based sociolinguistic approach", *International Journal of Languages, Literature and Linguistics*, 4, 1, 2018, pp.

## Sitografia

<https://www.comune.venezia.it/>, Comune di Venezia.

<https://www.istat.it/>, ISTAT,

<https://www.unive.it/>, Università Ca' Foscari di Venezia

## INDICE DELLE IMMAGINI

|   |     |
|---|-----|
| Immagine 1. <i>Piramide demografica del Centro storico di Venezia nel 2017.</i>   | 93  |
| Immagine 2. <i>Mappa che illustra le locazioni turistiche, le strutture ricettive alberghiere e complementari. Fonte: Geoportale online della città di Venezia.</i>                             | 101 |
| Immagine 3. <i>Esempio di interazione diretta da parte di un turista giapponese. Inscrizione fotografata presso Ruga dei Spezeri 315.</i>   | 105 |
| Immagine 4. <i>Insegna bottom-up esposta sulla porta di un negozio, Calle dei Saoneri 2743.</i>   | 107 |
| Immagine 5. <i>Insegna che mostra un esempio di collocazione in ultima posizione della lingua giapponese. Fotografata all'esterno del minimarket "Il Buongusto", Salizada San Canzian 5555.</i> | 110 |
| Immagine 6. <i>Esempio di elemento multilingue in cui la parola in katakana non ha valore semantico e costituisce pertanto una trascrizione del nome del negozio, San Marco 112.</i>            | 132 |
| Immagine 7. <i>Tabella che mostra la consistenza degli elementi top-down e bottom-up.</i>   | 137 |
| Immagine 8. <i>Adesivo multilingue top-down "Ocio al tacuin". A destra il dettaglio della traduzione giapponese. Foto dell'autore.</i>  | 138 |
| Immagine 9. <i>Pannello multilingue top-down della campagna #EnjoyRespectVenice. A destra il dettaglio della traduzione giapponese. Foto dell'autore.</i>                                       | 139 |
| Immagine 10. <i>Calle Specchieri, San Marco 634. Foto dell'autore</i>   | 146 |
| Immagine 11. <i>Salizada San Lio, Castello 5387. Foto dell'autore</i>   | 146 |

|  |     |
|--|-----|
| Immagine 12. Grafici rappresentanti la consistenza (in percentuale sul totale) degli elementi multilingue e monolingue e la consistenza (in percentuale sul totale degli elementi multilingue) dei tre sottoinsiemi: traduzioni, trascrizioni e vario. | 153 |
| Immagine 13. Grafico che mostra la distribuzione, nei vari Sestieri, degli elementi costituenti il LL.   | 156 |
| Immagine 14. Esempio di traduzioni arrangiate verticalmente. Campo Marzio Design, Calle de la Mandola 3654 A. Foto dell'autore.  | 162 |
| Immagine 15. Esempio di traduzioni arrangiate orizzontalmente. Trattoria pizzeria "Al Campanile", San Polo 2088. Foto dell'autore.   | 162 |
| Immagine 16. Adesivo che mostra la salienza della lingua giapponese Dorsoduro 3278. Foto dell'autore.  | 165 |
| Immagine 17. Osteria Sushi, con dettaglio sui tre blocchi linguistici. Dorsoduro 3958, Foto dell'autore.   | 167 |
| Immagine 18. Esempio di utilizzo decorativo della lingua giapponese. Dorsoduro 3958. Foto dell'autore.   | 168 |
| Immagine 19. Bar Mio, San Marco 1176. Foto dell'autore.  | 170 |