



**Annali. Sezione germanica**  
Rivista del Dipartimento di Studi Letterari, Linguistici e Comparati  
Università di Napoli L'Orientale

---

35 (2025)

**Le declinazioni del *Linguistic Landscape* /  
Die Formen der Sprachlandschaft**

*germanica;*



UniorPress



**Direttrice:** Elda Morlicchio (Università di Napoli L'Orientale)

**Comitato Editoriale:** Αναστασία Αντονοπούλου / Anastasia Antonopoulou (Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών / National and Kapodistrian University of Athens), Simonetta Battista (Københavns Universitet), Maria Grazia Cammarota (Università di Bergamo), Sabrina Corbellini (Rijksuniversiteit Groningen), Sergio Corrado (Università di Napoli L'Orientale), Claudia Di Sciacca (Università di Udine), Anne-Kathrin Gaertig-Bressan (Università di Trieste), Elisabeth Galvan (Università di Napoli L'Orientale), Elvira Glaser (Universität Zürich), Barbara Häußinger (Università di Napoli L'Orientale), Anne Larrory-Wunder (Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3), Simona Leonardi (Università di Genova), Maria Cristina Lombardi (Università di Napoli L'Orientale), Oliver Lubrich (Universität Bern), Valeria Micillo (Università di Napoli L'Orientale), Silvia Palermo (Università di Napoli L'Orientale), Alessandro Palumbo (Universitetet i Oslo), Γιάννης Πάγκαλος / Jannis Pangalos (Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης / Aristotle University of Thessaloniki), Jörg Robert (Eberhard Karls Universität Tübingen), Gabriella Sgambati (Università di Napoli L'Orientale), Eva-Maria Thüne (Università di Bologna)

**Comitato Scientifico:** Rolf H. Bremmer (Universiteit Leiden), Carmela Giordano (Università di Napoli L'Orientale), Wolfgang Haubrichs (Universität des Saarlandes), Alexander Honold (Universität Basel), Britta Hufeisen (Technische Universität Darmstadt), Ármann Jakobsson (Háskóli Íslands / University of Iceland), Daniel Sävborg (Tartu Ülikool / University of Tartu), Elmar Schafroth (Heinrich Heine Universität Düsseldorf), Michael Schulte (Universitetet i Agder), Arjen P. Versloot (Universiteit van Amsterdam), Burkhardt Wolf (Universität Wien), Evelyn Ziegler (Universität Duisburg-Essen)

**Redazione:** Angela Iuliano (Università di Napoli L'Orientale),  
Luigia Tessitore (Università di Napoli L'Orientale)

;

**Annali. Sezione germanica**

Direttrice responsabile: Elda Morlicchio

ISSN 1124-3724

Registrazione Tribunale di Napoli n. 1664 del 29.11.1963

UniorPress | Via Nuova Marina, 59 | 80133 Napoli



**Annali. Sezione germanica**  
Rivista del Dipartimento di Studi Letterari, Linguistici e Comparati  
Università di Napoli L'Orientale

---

35 (2025)

**Le declinazioni del *Linguistic Landscape* /  
Die Formen der Sprachlandschaft**

a cura di/hrsrg. von Silvia Palermo

*germanica;*



UniorPress

•  
;

La rivista opera sulla base di un sistema *double blind peer review* ed è classificata dall'ANVUR come rivista di Classe A per i Settori concorsuali dell'Area 10.  
La periodicità è di un numero per anno.

*germanica*;  
Università di Napoli L'Orientale  
Dipartimento di Studi Letterari, Linguistici e Comparati  
Via Duomo, 219 | 80138 Napoli  
[germanica@unior.it](mailto:germanica@unior.it)



This work is licensed under a Creative Commons  
Attribution 4.0 International License

edizione digitale in *open access*:  
[germanica.unior.it](http://germanica.unior.it)

**Le declinazioni del *Linguistic Landscape* /  
Die Formen der Sprachlandschaft**

**Silvia Palermo**

Un'introduzione ..... 9

**Daniela Pietrini**

Il dialetto nel paesaggio linguistico napoletano:  
tra localismo e globalizzazione ..... 13

**Martina Bellinzona**

Tradurre lo spazio urbano:  
il *Linguistic Landscape* come laboratorio didattico ..... 37

**Gabriella Sgambati**

Il paesaggio linguistico nei libri di testo DaF come possibile strumento  
per l'insegnamento/apprendimento del tedesco ..... 67

**Ulrike Simon**

Sprach- und kulturelles Lernen  
mit *Linguistic Landscapes* im DaF-Unterricht ..... 87

**Miriam Morf**

*Linguistic Landscapes* in der Übersetzungsdidaktik  
unter Berücksichtigung von Standard- und  
Nichtstandardvarietäten des Deutschen ..... 111

**Luigia Tessitore**

Gerarchie di genere e linguaggio inclusivo  
nel paesaggio linguistico del Südtirol ..... 135

**Vincenzo Gannuscio; Silvia Palermo**

Multilinguismo e politica: il *Linguistic Landscape*  
nelle elezioni amministrative 2023 in Alto Adige/Südtirol..... 159

**Alessandra Zurolo**

Das „tönende Mosaik“ des österreichischen Deutschen  
in der Wiener Sprachlandschaft ..... 189

**Ramona Pellegrino**

La dimensione storica del *Linguistic Landscape* viennese nei film:  
rappresentazione e funzione ..... 227

**Barbara Häußinger**

Erzählte Sprachlandschaften.  
Zur Einengung des öffentlichen Raumes in Zeitzeugeninterviews  
jüdischer Emigrant\_innen nach Palästina ..... 269

**recensioni**

Henrik Ibsen

*Drammi borghesi*

(*Maria Cristina Lombardi*) ..... 305

**autori; autrici**

..... 309

;

**Le declinazioni del *Linguistic Landscape* /  
Die Formen der Sprachlandschaft**

a cura di/hrsg. von Silvia Palermo



**Luigia Tessitore**

## Gerarchie di genere e linguaggio inclusivo nel paesaggio linguistico del Südtirol

This study investigates the interplay of gender hierarchies and inclusive language within the Linguistic Landscape (LL) of South Tyrol, a region characterized by complex linguistic dynamics. Drawing upon the expanding field of LL research, particularly its recent focus on gender and sexuality, this contribution specifically examines manifestations of gender-inclusive language within the South Tyrolean LL. Focusing on a selection of job advertisements from the LLSüdtirol corpus, the analysis aims to assess trends within the speaking community to determine the presence of a deliberately inclusive and non-sexist language policy.

Gender hierarchies and inclusive language in the  
Linguistic Landscape of South Tyrol.

[Linguistic Landscape; Alto Adige/Südtirol; gender;  
inclusive language; language policy]

•  
;

### 1. Introduzione

Negli ultimi decenni, la ricerca sul *Linguistic Landscape* (LL)<sup>1</sup> è cresciuta notevolmente ed è un “campo in continua espansione” (Gortler/Cenoz 2024: 369), i cui confini vengono costantemente ridefiniti dall’insorgenza di nuove prospettive metodologiche nonché di innovativi oggetti di studio, complice il carattere fortemente interdisciplinare della materia.

Tra i nuovi orizzonti del LL, il rapporto tra genere, sessualità e paesaggio linguistico costituisce uno snodo tematico che solo di recente ha dato avvio a uno

<sup>1</sup> Si rimanda alla definizione di Landry/Bourhis (1997: 25) canonicamente adoperata per illustrare contenuti ed obiettivi di questo campo di ricerca: “The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration. The linguistic landscape of a territory can serve two basic functions: an informational function and a symbolic function”.

specifico filone di ricerca<sup>2</sup>. Secondo Milani (2014: 202), tra i primi ad occuparsi dell'argomento, gli studi relativi al LL hanno trascurato fino quasi a cancellare "the gendered and sexualised nature of public space"<sup>3</sup>. Al contrario, spiega ancora Milani, *gender* (inteso come 'genere sociale'<sup>4</sup>) e sessualità, hanno una profonda rilevanza sociale in quanto "axes of power along which public spaces are structured, understood, negotiated and contested" (Milani 2013b: 1). Partendo da tali premesse, la ricerca in questo campo ha evidenziato come il paesaggio linguistico possa contribuire, da un lato, ad affermare l'eteronormatività (Milani 2014) o, dall'altro, a sfidare la norma e legittimare altre forme di sessualità, ridisegnando così lo spazio pubblico come sede di promozione della diversità e dell'inclusione<sup>5</sup>. Altri contributi sul tema hanno adottato una prospettiva più marcatamente linguistica e si sono focalizzati sull'impiego del linguaggio inclusivo all'interno di uno specifico LL. Bosworth (2019), ad esempio, ha analizzato lo *uniscape* della città di Parigi per esaminare le rappresentazioni linguistiche del genere nelle denominazioni di persona all'interno della segnaletica interna, rivelando così l'adesione a forme di linguaggio egualitario da parte della comunità dei parlanti.

Data l'attualità del dibattito attorno al 'linguaggio inclusivo', l'analisi proposta da Bosworth inaugura un campo d'indagine di particolare pregnanza all'interno della ricerca sul LL, che tuttavia resta ancora poco investigato. Sulla scorta dello studio sopraccitato, il presente contributo intende concentrarsi sulle manifestazioni del linguaggio equo dal punto di vista del genere all'interno del paesaggio linguistico dell'Alto Adige/Südtirol. L'obiettivo è sondare le tendenze della comunità dei parlanti al fine di verificare l'esistenza di una politica linguistica marcatamente non sessista.

<sup>2</sup> Riguardo alla relazione tra LL, *gender* e sessualità si vedano Milani (2013a, 2013b, 2014). All'argomento è stato inoltre dedicato il numero monografico della rivista «Linguistic Landscape» (2018) curato ancora da Milani. Per una sintetica ma esaustiva rassegna degli studi sull'argomento si rimanda a Cenoz/Gorter (2024: 382-384).

<sup>3</sup> Secondo lo studioso tale dato è imputabile al fatto che l'indagine del LL, nascendo come propaggine della sociolinguistica, privilegi variabili quali l'identità nazionale o etnica (cfr. Milani 2014: 202).

<sup>4</sup> Quando si parla di genere, com'è noto, occorre tenere conto delle accezioni plurime associate al termine. Oltre al genere grammaticale, proprietà intrinseca della categoria nome, e al genere lessicale, che pertiene invece alla semantica, il genere sociale va inteso come quell'insieme di convinzioni e stereotipi associati comunemente ai concetti di 'maschile' e 'femminile' o di 'uomo' e 'donna'. Sull'argomento si rimanda, a titolo esemplificativo, a Luraghi/Olita (2006) per l'italiano e Hellinger/Bußmann (2003) e Kotthoff/Nübling (2018) per la lingua tedesca.

<sup>5</sup> Si vedano, ad esempio, Barboza/Borba (2018); Baudinette (2018); Motschenbacher (2020). In Strange (2023), inoltre, viene sottolineato come l'impiego del gaelico nel LL irlandese abbia giocato un ruolo fondamentale nella riformulazione del discorso sull'identità nazionale in senso più inclusivo ed equo dal punto di vista del genere.

L'articolo parte dall'illustrazione del corpus selezionato per l'analisi e della metodologia del LL, successivamente viene fornita una panoramica sulla questione del linguaggio inclusivo in italiano e in tedesco, con un focus sulle direttive emanate in merito dalla provincia autonoma di Bolzano. Segue, poi, l'analisi delle foto di segni e delle strategie linguistiche adoperate per (o contro) un uso inclusivo della lingua.

## 2. Il corpus LLSüdtirol

L'analisi proposta si basa su una selezione di elementi presenti nel corpus LLSüdtirol, raccolto negli anni 2022-2025 da Silvia Palermo e Gabriella Sgambati e consultabile online tramite la app *Lingscape*<sup>6</sup>. Le oltre mille unità di cui consta il corpus sono fotografie di segni presenti in spazi pubblici esterni, come cartelli, manifesti pubblicitari, volantini affissi in strade, piazze o bacheche cittadine della Provincia autonoma di Bolzano-Alto Adige. Come evidenzia Palermo (2022: 40), quest'area di indagine è caratterizzata da una situazione linguistica complessa, in cui il bilinguismo ufficiale di italiano e tedesco, inteso come “compresenza giustapposta di due lingue standard” (Dal Negro 2017: 60) è da intendersi soltanto come condizione *de jure*, mentre nella realtà la comunità italoфона e quella tedescoфона posseggono livelli non omogenei di competenza nell'altra lingua. A ciò si aggiunge la presenza dei dialetti tedeschi locali che predominano nella pratica linguistica quotidiana.

Il corpus LLSüdtirol offre numerosi esempi meritevoli di approfondimento, ma in questa sede, al fine di valutare l'interazione del linguaggio inclusivo con il paesaggio linguistico del Südtirol, si è scelto di prendere in considerazione una specifica tipologia di foto di segni, ovvero quelle che contengono annunci di lavoro. Esaminando le strategie ortografiche e le scelte lessicali che concernono i nomi di professione è possibile, infatti, ipotizzare il posizionamento degli attori che animano il LL rispetto alla sfaccettata questione della rappresentatività linguistica del genere.

Partendo dall'assunto di Kress/van Leeuwen (2006) che la multimodalità è conaturata ad ogni segno, la nostra analisi terrà necessariamente conto degli specifici modi che compongono i segni (testo, immagine, colore) e degli strumenti necessari per decodificarli. Al contempo, tuttavia, si cercherà di contestualizzare le foto di segno prese in esame all'interno del paesaggio linguistico considerato, riflettendo sulle lingue adoperate in ciascuno e sulle modalità in cui esse compaiono nel segno.

<sup>6</sup> Il corpus è consultabile al link: <[https://lingscape-app.uni.lu/pin/list/?search=&projects\\_set=275&co=-id](https://lingscape-app.uni.lu/pin/list/?search=&projects_set=275&co=-id)> [05.06.2025]. Per una compiuta descrizione del corpus e dell'app *Lingscape* si veda Palermo (2022: 47-50).

### 3. Il linguaggio inclusivo: una panoramica sull'italiano e sul tedesco

Prima di procedere con l'analisi delle foto di segni, ci sembra opportuno delineare brevemente la questione del linguaggio inclusivo. Come accennato in precedenza, la necessità di un linguaggio equo dal punto di vista del genere è alla base di un acceso dibattito che coinvolge attivamente, benché con esiti diversi, tutti i Paesi europei<sup>7</sup>.

Con linguaggio inclusivo – in tedesco si parla di 'geschlechtergerechte (o anche *gendersensible*) Sprache' – si intende l'insieme di quelle pratiche volte ad un uso della lingua non sessista e rispettosa delle identità di genere. Ciò si traduce in una serie di soluzioni morfologiche e lessicali che forniscono pari visibilità e adeguata rappresentatività a tutti i generi, evitando così le disuguaglianze legate, ad esempio, all'impiego estensivo del cosiddetto maschile non marcato o 'falso neutro' (Robustelli 2000: 60).

In considerazione della peculiare situazione linguistica presente nell'area esaminata in questo articolo, offriremo una sintetica panoramica sui recenti sviluppi della discussione nella lingua italiana e tedesca, soffermandoci poi sulle disposizioni in materia di lingua inclusiva emanate dalla Provincia autonoma di Bolzano.

#### 3.1 Lo stato del dibattito sul linguaggio inclusivo

In Italia e nei paesi di lingua tedesca la spinta propulsiva per lo sviluppo e la diffusione di un linguaggio egualitario è da ascrivere principalmente alla ricerca condotta dalla linguistica femminista. I lavori di Luise Pusch (1984) per il tedesco e di Alma Sabatini (1987) per l'italiano sono pioneristici nella misura in cui hanno messo in luce il sessismo connaturato ai due sistemi linguistici, illustrando la mancanza di rappresentazione per il genere femminile, spesso oggetto di stereotipi e semplificazioni.

Per entrambe le lingue questa presa di consapevolezza ha condotto, a dispetto delle polemiche e delle resistenze avanzate dalle posizioni più conservatrici, ad una progressiva legittimazione dell'uso del femminile nei titoli professionali (soprattutto in quelle storicamente di esclusivo appannaggio maschile) e delle forme doppie estese (in tedesco *Paarformen* o *Beidenennung*) ovvero l'esplicitazione, in luogo del maschile non marcato, delle forme femminili accanto a quelle maschili unite da una congiunzione coordinante o disgiuntiva, come ad esempio 'il candidato e la candidata', 'der Bewerber und die Bewerberin'.

<sup>7</sup> Il recente volume curato da Balnat/Kaltz (2025) fornisce un'ampia ricognizione sull'argomento con contributi su undici lingue europee.

Più recentemente, si è posta inoltre la questione di fornire un'adeguata rappresentazione linguistica alle identità di genere non binarie. Ciò ha condotto alla diffusione di una serie di soluzioni grafiche, come lo schwa in italiano e di *Genderzeichen* come l'asterisco o il trattino basso in tedesco, che però destano scetticismo non solo nella comunità degli esperti, ma anche tra gli stessi parlanti<sup>8</sup>.

Sia in ambito germanofono che in quello italofono, ad esempio, le principali riserve contro l'uso di tali espedienti grafici riguardano la mancata corrispondenza sul piano fonetico che di fatto ne limiterebbe l'uso ad alcune tipologie di testi scritti non destinati alla lettura ad alta voce. Paolo D'Achille, attualmente Presidente dell'Accademia della Crusca, in un commento pubblicato qualche anno fa (2021) sul sito dell'Accademia, esclude che un segno come l'asterisco sia "utilizzabile [...] in testi di legge, avvisi o comunicazioni pubbliche, dove potrebbe causare sconcerto e incomprensione in molte fasce di utenti". Il linguista tedesco Peter Eisenberg è ancora più netto nel definire "inammissibile" l'entrata in vigore dei simboli di genere nell'ortografia tedesca (Lenz 2021). Eppure, benché siano ben lontane dall'essere normate, queste strategie grafiche si stanno rapidamente diffondendo nei media e nella comunicazione online, a testimonianza di una mutata sensibilità. Relativamente al caso tedesco, Diewald/Steinhauer (2020) suggeriscono che all'urgenza di un linguaggio non discriminatorio ha contribuito l'esito del ricorso alla Corte Costituzionale Federale riguardo alla possibilità di segnalare un'ulteriore scelta rispetto a 'maschile' e 'femminile' nell'indicazione del genere sui registri di stato civile. Dopo la sentenza favorevole della Corte, nel dicembre 2018, il *Bundestag* ha ratificato la cosiddetta 'dritte Option', ovvero: coloro che non riconoscono la propria identità di genere nel binarismo maschile/femminile possono ricorrere all'opzione 'divers'<sup>9</sup>.

Questa modifica può aver catalizzato il processo per trovare una rappresentazione linguisticamente valida a una serie di identità altrimenti marginalizzate: non più (o almeno) non solo le donne, ma anche persone non binarie, trans- e intersessuali. Non stupisce, dunque, che dal 2017 al 2023, siano stati pubblicati, significativamente presso la casa editrice Duden, diversi manuali per promuovere l'uso consapevole e adeguato di un linguaggio egualitario dal punto di vista del

<sup>8</sup> Sull'uso dello *schwa* si rimanda a De Benedetti (2022) nonché agli svariati contributi dedicati al tema raccolti sul sito dell'Accademia della Crusca, <<https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/1-accademia-della-crusca-e-la-questione-del-genere-nella-lingua/16406>> [05.06.2025].

<sup>9</sup> Per il testo della modifica si rimanda al link <<https://dip.bundestag.de/vorgang/gesetz-zur-änderung-der-in-das-geburtenregister-einzutragenden-angaben/239069>> [05.06.2025].

genere<sup>10</sup>. Con il medesimo obiettivo anche svariati atenei e amministrazioni locali hanno redatto linee guida finalizzate alla tutela linguistica di tutte le identità di genere.

Le modalità suggerite per realizzare questa parità comprendono l'utilizzo delle forme doppie estese (sdoppiamento o *splitting*), la riformulazione tramite forme partecipiali (ad es., *die Studierenden* invece di *Die Studenten und Studentinnen*), la preferenza per nomi collettivi (ad es., *die Presse* in luogo di *Journalisten und Journalistinnen*) o sostantivi epiceni (*Mensch, Person, Individuum*), che consentono una certa astrazione dal genere lessicale dei referenti, la neutralizzazione tramite strutture al passivo nonché il ricorso ai già menzionati *Genderzeichen*. Simboli come l'asterisco (*Gendersternchen*), il trattino basso (*Gendergap*) e i due punti (*Genderdoppelpunkt*) mirano, infatti, ad esprimere la pluralità di identità che vanno oltre al binarismo uomo/donna, intesi graficamente grazie allo spazio che il simbolo crea tra la forma del maschile e quella del femminile.

### 3.2 Le disposizioni in materia di linguaggio di genere in Alto Adige/Südtirol

Tornando all'area geografica considerata in questo articolo, è opportuno segnalare che nel 2024 sono state pubblicate, in una terza edizione aggiornata, le *Direttive per il linguaggio di genere/Richtlinien für eine geschlechtergerechte Sprache* nella provincia autonoma di Bolzano<sup>11</sup>. Il documento, nella versione italiana e in quella tedesca, contiene indicazioni ed esempi concreti per redigere testi amministrativi equi dal punto di vista del genere. A tale scopo, la strategia più efficace per entrambe le lingue risulta lo sdoppiamento per le denominazioni di persona, ad esempio “Der Präsident oder die Präsidentin” (*Richtlinien* 2024: 4), “il candidato o la candidata” (*Direttive* 2024: 3) nella forma estesa, e “der Beamte/die

<sup>10</sup> Nel 2017 viene pubblicato *Richtig gendern* (Diewald/Steinhauer 2017), nel 2019 *Gendern? Ganz einfach!* (Diewald/Steinhauer 2019), mentre nel 2020 appare, sempre ad opera delle due autrici, *Handbuch geschlechtergerechte Sprache. Wie Sie angemessen und verständlich gendern*. Secondo Diewald/Steinhauer (2020: 49), “gendern [ist] ein[e] Strategie bei der sprachlichen Kommunikation. Gendern verstehen wir als ein sprachliches Verfahren, um Gleichberechtigung, d.h. für uns zunächst die gleiche und faire Behandlung von Frauen und Männern, im Sprachgebrauch zu erreichen“. Tra i volumi più recenti editi da Duden si segnalano Olderdissen (2022) e Usinger (2023).

<sup>11</sup> Il documento in tedesco, pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione n. 48 del 28 novembre 2024, Supplemento n. 3, è scaricabile al seguente link: <<https://chancengleichheit.provinz.bz.it/de/archiv-top-aktuell/665915>>. La versione in italiano è consultabile, invece, al link: <<https://diritto.provincia.bz.it/it/cura-inguaggio-giuridico-amministrativo>> [05.06.2025]. Negli esempi forniti nell'articolo si rimanderà alle rispettive linee guida ricorrendo all'abbreviazione *Richtlinien* 2024 per il documento tedesco e *Direttive* 2024 per quello in italiano.

Beamtin” (*Richtlinien* 2024: 5)<sup>12</sup>, “Il/La richiedente” (*Direttive* 2024: 5) nella forma concisa. Ciò vale soprattutto nelle offerte di lavoro, negli elenchi delle qualifiche funzionali o negli annunci per l’impiego e per la formazione professionale, dove è necessario mantenere il parallelismo del femminile e maschile.

Laddove possibile si suggerisce, inoltre, di ricorrere a strategie di neutralizzazione del genere quali:

- il ricorso a sostantivi non marcati come “persona” (*Direttive* 2024: 8), “das Mitglied”, “das Individuum” (*Richtlinien* 2024: 6);
- l’uso di denominazioni collettive: “l’utenza” invece che “gli utenti e le utenti” (*Direttive* 2024: 8) oppure “Abspülkraft” in luogo di “Abspüler/Abspülerin” (*Richtlinien* 2024: 7);
- la preferenza di strutture impersonali o con il verbo coniugato al passivo: “Alla domanda va allegata la seguente documentazione...” invece di “La/Il richiedente deve allegare alla domanda la seguente documentazione...” (*Direttive* 2024: 10), oppure “Dem Antrag wird beigelegt” al posto di “Der Antragsteller oder die Antragstellerin muss dem Antrag ... beilegen” (*Richtlinien* 2024: 8);
- per il tedesco, la riformulazione tramite aggettivo in luogo della denominazione di professione, ad es. “ärztlicher Rat” invece di “Rat des Arztes oder der Ärztin” (*Richtlinien* 2024: 9).

Rispetto all’integrazione dei *Genderzeichen* nei testi redatti in tedesco, invece, l’amministrazione provinciale dichiara programmaticamente:

Der Rat für deutsche Rechtschreibung, dem Südtirol angehört, hat den Genderstern bzw. andere Genderzeichen bislang nicht in sein amtliches Regelwerk aufgenommen. Die Landesverwaltung folgt in diesem Bereich den Bemühungen des Rates um eine korrekte, einheitliche deutsche Rechtschreibung. Aus diesen Gründen verwendet die Landesverwaltung die genannten experimentellen Schreibweisen zur Erfassung nicht binärer Personen derzeit nicht, beobachtet aber die Entwicklungen in diesem Bereich in allen drei Landessprachen (*Richtlinien* 2024: 10)

<sup>12</sup> Nelle linee guida tedesche l’uso della sbarra obliqua prima della desinenza di genere degli articoli o dei sostantivi non deve in alcun modo compromettere la grammaticalità delle forme coinvolte, come ad es. “der/die Beamt/in” (*Richtlinien* 2024: 5). Si sconsiglia, inoltre, l’uso della parentesi attorno alla desinenza del femminile, come in Student(in), perché indurrebbe nella fallace deduzione che il genere tra parentesi è secondario, di scarsa importanza (cfr. *Ibidem*).

Con questa specifica, dunque, l'amministrazione provinciale, in continuità con la linea del *Rat für deutsche Rechtschreibung*, si posiziona contro l'impiego di segni tipografici come marcatori di identità di genere non binari al fine di tutelare la comprensibilità e l'univocità del testo giuridico e amministrativo. L'analisi delle foto di segni proposta nel paragrafo seguente ci aiuterà a stabilire se questo atteggiamento sia condiviso anche nel linguaggio esposto prodotto dai singoli attori sociali.

#### 4. Analisi delle foto di segni

In uno studio chiave per la ricerca sul LL, Ben-Rafael *et al.* (2006) propongono una distinzione dei segni all'interno del LL tra *top-down* e *bottom-up* a seconda degli attori sociali che li producono. Sono definiti *top-down*, dunque, tutti quei segni emessi dalle istituzioni nazionali o locali (amministrazioni, governi, autorità religiose ecc...), mentre con *bottom-up* ci si riferisce ai segni creati dalle iniziative dei singoli individui. A questa distinzione corrisponde un diverso atteggiamento rispetto al contesto di riferimento e alle dinamiche di potere che in esso operano, laddove: "the former are expected to reflect a general commitment to the dominant culture while the latter are designed much more freely according to individual strategies" (Ben-Rafael *et al.* 2006: 10). Ciò può avere delle ripercussioni anche sull'uso della lingua o delle lingue disponibili in una certa comunità dei parlanti, nonché sul grado di adesione a certe politiche linguistiche, come nel caso del linguaggio inclusivo.

L'analisi proposta si concentra su una particolare tipologia di segni *bottom-up*, ovvero i cartelli contenenti annunci di lavoro, tipologia rappresentata da diciotto elementi nel corpus *LLSüdtirol*<sup>13</sup>.

Nella fig. 1 sono presenti due annunci di lavoro affissi su una vetrina a Merano, per un'attività commerciale di articoli sportivi, come si nota dagli elementi sullo sfondo della foto di segno. Si osserva innanzitutto la struttura simmetrica dei due annunci, che alternano allo stesso modo inglese, italiano e tedesco. In alto a sinistra, in carattere minuscolo, formato ridotto e in posizione decentrata, leggiamo l'inglese "we are hiring!", che anticipa l'annuncio di lavoro. L'uso dell'inglese sembra slegato da una funzionalità pratica e può essere ricondotto piuttosto a connotazioni di prestigio o di più immediato impatto presso i giovani.

<sup>13</sup> Nell'analisi che segue le foto di segno saranno accompagnate nella didascalia dal numero ID a cui sono associate nel corpus.



Fig. 1: ID 91117

Al centro del cartello compaiono le professioni ricercate, “commesso/Verkäufer” e “apprendista/Lehrling”. Fatta eccezione per il nome epiceno ‘apprendista’, le altre denominazioni di professione sono presentate al maschile. Posta tra parentesi e in corpo minore figura, poi, l’indicazione dei generi a cui è rivolto l’annuncio, segnalato tramite le iniziali “m/f/d” per l’italiano e “m/w/d” per il tedesco. Secondo la classificazione proposta da Reh (2004), il modo con cui sono presentate le informazioni nelle due lingue è di tipo *duplicating*, ovvero le informazioni vengono tradotte esattamente nelle due lingue.

Nel caso specifico, tuttavia, questa strategia può risultare fuorviante e compromettere la comprensibilità per la comunità di parlanti italoфона, soprattutto in mancanza di adeguate competenze di tedesco. L'iniziale 'd' che compare nei due testi sta per *divers*, si tratta della 'terza opzione' citata sopra, introdotta da una sentenza della Corte costituzionale tedesca a tutela di quanti non si riconoscono nel binarismo di genere. In ottemperanza alla legge sulle pari opportunità (*Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz*) gli annunci di lavoro in Germania devono essere formulati in modo da rivolgersi esplicitamente ad ogni genere. Occorre, dunque, che alla denominazione della professione ricercata segua tra parentesi l'indicazione dell'iniziale 'm' per 'männlich', 'w' per 'weiblich' e 'd' per 'divers'<sup>14</sup>.

Risulta pertanto quanto meno singolare che nel testo italiano permanga l'abbreviazione per 'divers', considerato che negli annunci di lavoro italiani è sì obbligatorio rivolgersi a persone di ambedue i sessi (ai sensi delle leggi 903/77 e 125/91), ma non vi sono, ad oggi, riconoscimenti giuridici o tutele antidiscriminatorie per le altre possibili identità di genere.

La duplicazione in italiano del testo tedesco, che si attiene ad una norma ben codificata dalla legge, inficia dunque sulla comprensione e fa ipotizzare un errore di traduzione più che la volontà di rendere inclusivo anche l'annuncio in italiano<sup>15</sup>.

Un esempio interessante di formulazione neutrale dal punto di vista del genere è contenuto nella fig. 2, che mostra una colonna pubblicitaria posta al di fuori di un supermercato a Merano.

<sup>14</sup>Cfr. <<https://www.antidiskriminierungsstelle.de/DE/ueber-diskriminierung/diskriminierungsmerkmale/geschlecht-und-geschlechtsidentitaet/dritte-option/dritte-option-node.html>> [05.06.2025].

<sup>15</sup> Simile è il caso della foto di segno ID 107484 che mostra due cartelli di offerte di lavoro per la catena di supermercati Conad. Gli annunci presentano un tipo di traduzione *duplicating* per tutte le porzioni testuali, dall'intestazione "Wir suchen/Cerchiamo" alle posizioni professionali ricercate. Queste ultime compaiono nella forma doppia concisa: "Verkäufer/in", "Addetti/e alle vendite", "Mitarbeiter/in", "Collaboratore/trice". Le abbreviazioni del genere, "m./w./d." e "m./f./d.", compaiono dopo tre delle quattro figure professionali ricercate, sia nella versione tedesca che in quella italiana.



Fig. 2: ID 91115

Gli annunci di lavoro, prima nella versione tedesca poi in quella italiana, occupano due ampie porzioni della colonna, contrassegnate dai due colori della catena commerciale. Questa specifica scelta organizzativa non è casuale, al

contrario rientra nella categoria di “code preference” (Scollon/Scollon 2003) in base alla quale, in un segno multilingue, la lingua posizionata in alto rispetto ad un'altra è quella prominente. Ciò ci permette di dedurre che, nonostante rispetti il bilinguismo ufficiale, l'annuncio è rivolto preferibilmente a destinatari tedescofoni.

Occorre inoltre segnalare che la scrittura multilingue è presente in modalità *overlapping*, con porzioni testuali non esattamente identiche. Ciò lo si evince già a partire dal titolo dell'annuncio che in tedesco è “Despar sucht Verstärkung”, mentre in italiano “Lavora insieme a noi”, un'espressione che abitualmente contraddistingue gli avvisi di ricerca di personale, ma che di fatto riformula il contenuto del corrispettivo tedesco. La scelta del sostantivo *Verstärkung* ‘rinforzo’ sembra, inoltre, meritevole di attenzione. Si tratta di una soluzione non solo economica in termini di spazio (rispetto all'uso esteso dei nomi di professione al maschile e al femminile), ma anche più inclusiva perché consente a tutte le possibili identità di genere di sentirsi rappresentate e riconosciute. Al titolo segue l'esplicitazione delle posizioni lavorative ricercate, che compaiono nella forma del maschile non marcato seguita dalla specifica dei tre generi tra parentesi, come previsto dalla legge.

Nel testo in italiano figurano, invece, le professioni al maschile per le prime due posizioni (“apprendisti” / “addetti alle vendite”), mentre in ultimo compare l'inglese “store manager” e “vice store manager”. Il ricorso all'inglese non appare motivato dall'esigenza di continuità o simmetria con il corrispettivo testo tedesco e potrebbe essere ricondotto, piuttosto, alla volontà di adoperare una soluzione al contempo ‘economica’ e inclusiva, optando per una lingua che non prevede marcature di genere<sup>16</sup>. Non è da escludere, inoltre, che questa scelta sia legata alla crescente tendenza ad indicare in inglese i nomi di mansioni lavorative o figure professionali negli annunci di lavoro italiani, da un lato per colmare vuoti lessicali nella lingua d'arrivo, dall'altro per conformarsi alla terminologia internazionale del business globale (Pulcini/Andreati 2014: 1199).

Il cartello nella fig. 3, proveniente da una vetrina di un negozio a Bressanone, presenta un ulteriore esempio di annuncio bilingue, in cui però la preferenza di codice è di segno inverso rispetto ai casi discussi finora.

<sup>16</sup> Questa soluzione è comune anche negli annunci di lavoro in tedesco come evidenziato da Diewald/Steinhauer (2020: 139).

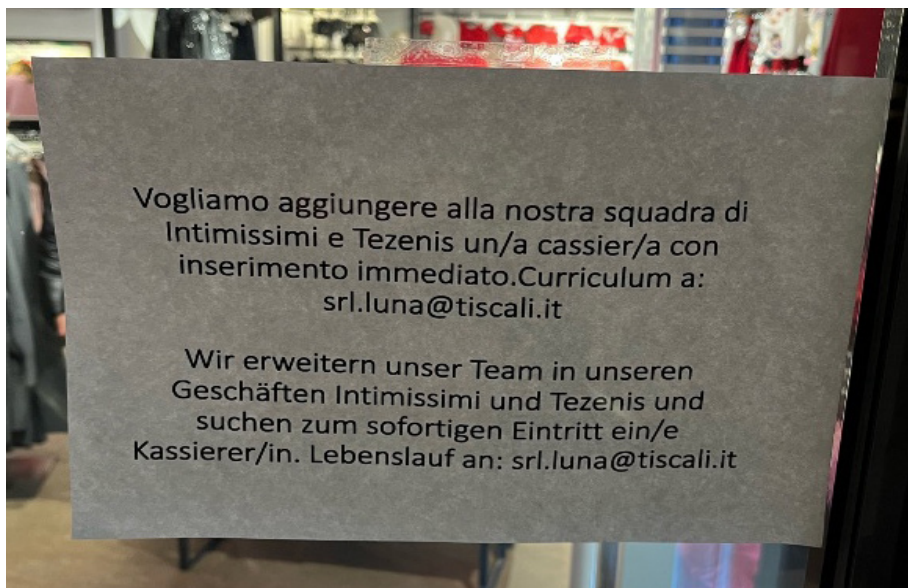


Fig. 3: ID 74264

Se da un lato la posizione dell'italiano nella parte superiore del testo lascerebbe ipotizzare una maggiore competenza nella lingua, dall'altro questa aspettativa è disattesa se consideriamo gli esiti non grammaticali derivati dall'uso scorretto della forma doppia concisa. La sbarra obliqua, infatti, è posizionata impropriamente prima del morfema di genere maschile risultando nell'erroneo “cassier/a” invece di “cassiere/a”. Similmente anche nel testo tedesco sono presenti evidenti errori, come nel caso di “ein/e Kassierer/in” in luogo dell'accusativo “einen/eine”. Questi elementi appaiono non solo come segnali di scarsa accuratezza linguistica, ma anche di superficialità nell'uso del linguaggio egualitario.

Un caso analogo è rappresentato dall'annuncio nella fig. 4, fotografato nella città di Brunico per il negozio di articoli per la cucina Schönhuber. Nel testo, redatto solo in lingua tedesca, la posizione lavorativa ricercata viene presentata attraverso la forma doppia concisa, ovvero con un segno grafico – in questo caso il punto mediano<sup>17</sup> – che separa il morfema derivazionale del femminile, “Verkäufer in”. Questa strategia del linguaggio inclusivo richiede particolare at-

<sup>17</sup> Il punto mediano rientra nel novero dei *Genderzeichen*, sebbene non sia tra quelli adoperati più di frequente. Al pari dell'asterisco o del trattino basso viene adoperato per garantire visibilità alle molteplici identità di genere. Cfr. Diewald/Steinhauer (2020: 127).

tenzione giacché, come sottolineano Diewald/Steinhauer (2020: 139), è fondamentale che venga garantito l'accordo formale con le altre parti flesse della frase. Nell'annuncio si nota una certa incongruenza tra il genere dell'articolo e degli aggettivi prima della sbarra obliqua, declinati al femminile, e il sostantivo, presentato prima al maschile. Il morfema flessivo dell'accusativo maschile e quello derivazionale del femminile sono posti simmetricamente dopo la sbarra obliqua, risultando in una sequenza complessivamente scorretta<sup>18</sup>.



Fig4: ID 106905

<sup>18</sup> Simile è il caso della foto di segno ID 74267 in cui compare un annuncio di lavoro per un negozio di prodotti dolciari a Brunico che ricerca “eine/n Verkäufer/in für den Verkauf von Süßspeisen”. Anche in questo caso il posizionamento del *Genderzeichen* genera una sequenza non lineare dal punto di vista dell'accordo. Nell'annuncio all'interno della foto di segno ID 109592, affisso in un negozio di abbigliamento sportivo a Valdaora di Mezzo, si legge invece “Verkäufer/in bzw. Shop-Manager [...] gesucht”. A differenza del caso precedente, la struttura al passivo e l'assenza di determinanti permettono un uso efficace della forma doppia concisa. La presenza dell'inglese “shop manager” è da ricondurre alla tendenza evidenziata per la fig. 2.

Meno problematica e senz'altro più efficace risulta, di contro, la strategia di *Neutralisierung* adoperata nella foto di segno nella fig. 5. Il cartello contiene un annuncio di lavoro riconducibile ad una società cooperativa che si occupa del turismo nella Val Casies e a Monguelfo e Tesido.

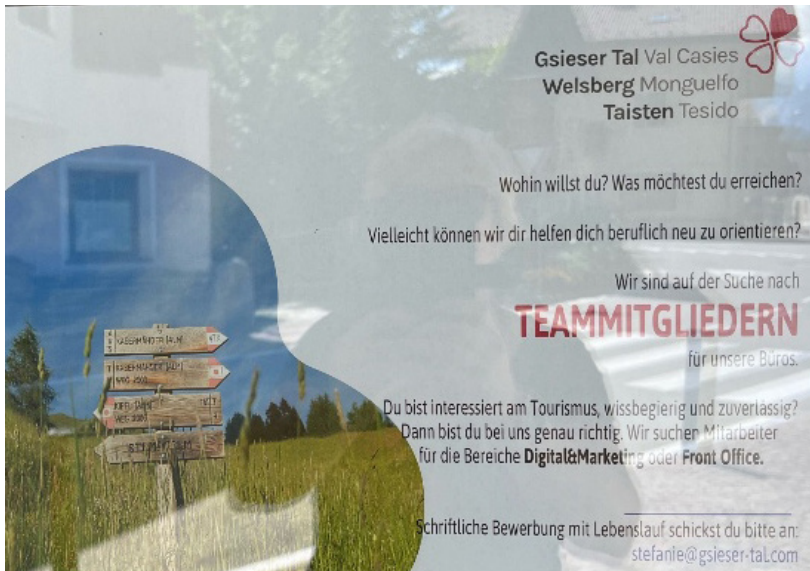


Fig. 5: ID 64619

Il testo dell'annuncio è interamente in tedesco, l'italiano compare soltanto nelle denominazioni della valle e delle città, in alto a sinistra, significativamente non in grassetto rispetto a quelle tedesche. La preferenza della lingua implica, come già detto, una sorta di selezione dei destinatari dei messaggi. In un'ottica di genere, tuttavia, il tedesco consente un'ampia scelta di sostantivi ed espressioni neutrali, come si evince dal nome composto *Teammitgliedern*, 'membri del team', che figura in carattere maiuscolo e in rosso al centro dell'inserzione, e permette di indirizzare l'annuncio a tutte le identità di genere. La testa del composto, *das Mitglied*, appartiene a quelle parole tedesche il cui genere grammaticale non ha corrispondenza con il genere biologico dei referenti; quindi, possono essere usate in maniera indifferenziata per denominare persone di sesso maschile, femminile o di genere non binario. Tuttavia, va segnalato che l'annuncio prosegue adoperando, per la figura ricercata, il maschile generico *Mitarbeiter* 'collaboratori', senza esplicitare il corrispettivo femminile in forma estesa o concisa, né indicando le iniziali dei diversi generi.

In un altro annuncio della stessa cooperativa turistica (Fig. 6) si nota un'applicazione più ampia delle strategie di linguaggio inclusivo.

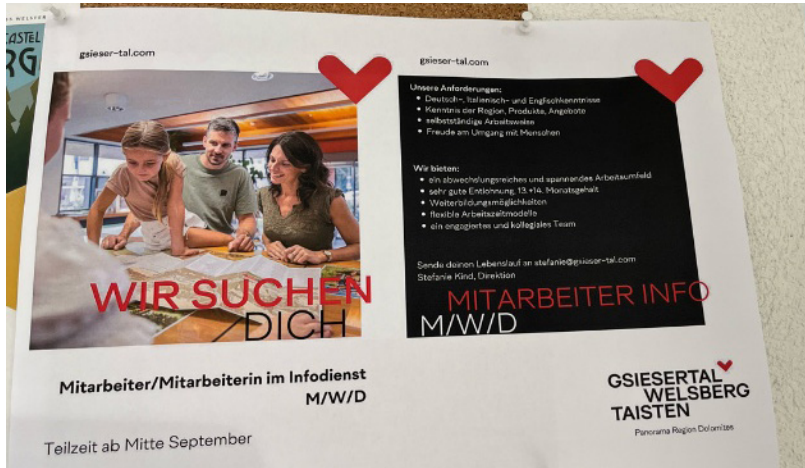


Fig. 6: ID 106902

La foto di segno è suddivisa in due sezioni: quella di sinistra è occupata da una foto mentre quella di destra contiene un riquadro con sfondo nero su cui compaiono (in bianco) i dettagli informativi dell'annuncio di lavoro. In ciascuna sezione sono presenti delle parole in rosso, scritte in corpo maggiore e carattere maiuscolo, "WIR SUCHEN" e "MITARBEITER INFO" che, lette in continuità tra di loro, rinviano alla finalità dell'annuncio stesso, la ricerca di personale al desk informativo. La denominazione della figura ricercata compare più in basso a sinistra nella forma doppia estesa, "Mitarbeiter/Mitarbeiterin", seguita al rigo successivo dalle iniziali di genere "M/W/D", che appaiono anche nel riquadro di destra evidenziate dall'uso del bianco su sfondo nero. Interessante notare, inoltre, che la persona di contatto per l'invio delle candidature è presentata attraverso il sostantivo "Direktion", neutrale dal punto di vista del genere, e non con il femminile "Direktorin". Le strategie linguistiche adoperate, unitamente alla scelta della foto, che vede in primo piano un gruppo di turisti e non chi svolge il lavoro (che d'altronde è ritratto di spalle e risulta quasi invisibile), lasciano ipotizzare la volontà di presentare l'annuncio e l'ambiente di lavoro in modo quanto più egualitario possibile<sup>19</sup>.

<sup>19</sup> Quanto agli annunci di lavoro monolingui, si segnalano le foto di segno ID 65000 e ID 107481 che raffigurano offerte di lavoro presso due scuole di Valdaora di Mezzo. In entrambi i casi la posi-

Meritano attenzione, inoltre, gli annunci bilingui in dialetto tedesco e tedesco standard. Nella foto di segno raffigurata nella fig. 7, ad esempio, si vede un telone pubblicitario affisso all'edificio dell'azienda casearia mila nella zona industriale della città di Brunico.



Fig. 7: ID 65075

Soffermandoci sulla struttura compositiva dell'immagine, si nota una disposizione delle informazioni *top-bottom*, a cui si accompagna anche una scelta precisa in fatto di preferenza di codice. Nella porzione superiore dell'imma-

zione lavorativa ricercata compare nella forma doppia concisa "Schulwart/in". Dalla stessa località proviene la foto di segno ID 108423 che presenta l'annuncio di lavoro del panificio Trenker, in cui viene usata esclusivamente la denominazione professionale al femminile, "Verkäuferin".

gine, quella riservata, come si è detto, all'informazione saliente, risalta il testo in dialetto locale che annuncia la ricerca di nuovo personale: "il formaggio migliore lo abbiamo già... .. manchi solo tu!" (Palermo 2022: 64). Nel riquadro presente nella parte bassa sono riportate, in tedesco standard, le mansioni ricercate. Queste ultime, tra l'altro, compaio soltanto al maschile e non presentano le iniziali di genere che, come si è detto, garantiscono che le offerte di lavoro siano formulate in modo non sessista<sup>20</sup>. Come osserva Palermo, la posizione apicale del dialetto risulta quanto meno singolare, visto che si tratta di un annuncio di lavoro e, pertanto, dovrebbe rispettare il bilinguismo nelle sue forme standard.

Se consideriamo il segno in ottica di genere, notiamo che il modo in cui è formulato il testo (uso del solo maschile generico e assenza delle iniziali dei generi) e la scelta di una figura maschile a rappresentare l'azienda, contribuiscono alla creazione di una comunicazione che, se non apertamente sessista, non sembra comunque farsi portavoce di una rappresentazione egualitaria o inclusiva.

Gli annunci della Fig. 8 ci offrono ulteriori interessanti spunti di riflessione. Si tratta di due poster recanti offerte di lavoro affissi al panificio Gasser a Bresanone che, come nell'esempio precedente, rappresenta una realtà commerciale ben radicata sul territorio altoatesino. Anche in questo caso viene fatto uso del dialetto nell'intestazione dei due annunci, "Mir suachn di!", che sembrerebbero così indirizzati esclusivamente a destinatari locali. La restante parte testuale è formulata in tedesco standard.

<sup>20</sup> Non meno rilevante appare l'immagine scelta come sfondo del segno: un uomo in abiti da lavoro, presumibilmente parte del personale dell'azienda, intento ad annusare una forma di formaggio. La posizione della figura nella parte sinistra del segno può essere interpretata, inoltre, secondo la distribuzione di 'dato' e 'nuovo' suggerita da Kress/van Leeuwen (2006). A sinistra quindi si trova un'informazione nota, il tipo di settore in cui opera l'azienda evocato attraverso il suo prodotto principale, la cui eccellenza è decantata anche nello slogan in dialetto. Quest'ultimo è posizionato significativamente a destra, costituendo l'elemento di novità assieme alle informazioni sulle posizioni lavorative ricercate.



Fig. 8: ID 65151 e 65152.

Merita attenzione, in particolare, il modo in cui viene trascritta la mansione ricercata, che differisce in maniera significativa dagli annunci di lavoro mostrati in precedenza. I nomi di professione (“Brotausfahrer:in”, “Broteinzähler:in” nell’ID 65151 e “Brotverkäufer\*in” nell’ID 65152) sono contraddistinti dalla presenza di un simbolo grafico (rispettivamente, i due punti e l’asterisco) prima del morfema del femminile. L’impiego dei *Genderzeichen* non è normato, come si è detto, dal *Rat für deutsche Rechtschreibung*; eppure, trova spazio in canali di comunicazione non ufficiale, legati alle iniziative dei singoli attori sociali<sup>21</sup>. Sicuramente l’uso di questi simboli grafici da parte di una realtà commerciale locale denota il posizionamento nel dibattito sulla lingua inclusiva, segnalando un atteggiamento di apertura verso ogni identità di genere. Anche la dimensione puramente iconica della foto di segno sembra confermare questa visione: in entrambi i poster, in-

<sup>21</sup> Nel corpus LL.Südtirol ad oggi si riscontra solo un altro esempio di utilizzo di *Genderzeichen*, nella foto di segno ID 65096. Non è stato incluso nella nostra analisi giacché non rientra nella serie degli annunci di lavoro, bensì è la locandina della presentazione di un libro nella biblioteca civica di Brunico. In particolare, si riscontra la parola “Jede:r” nella citazione in grassetto che taglia obliquamente la parte superiore della locandina. Questa posizione, in evidenza rispetto al resto del testo, conferisce un certo rilievo all’uso inclusivo del pronome (in luogo del maschile generico *jeder*) attirando su di sé l’occhio di chi legge e contribuendo, in un certo senso, ad un ricorso sempre più ampio e consapevole del linguaggio non sessista.

fatti, notiamo l'assenza di figure umane a favore di rappresentazioni concettuali della posizione lavorativa ricercata. In uno dei due poster compare primo piano il furgone del panificio Gasser, una strada di montagna e le Dolomiti sullo sfondo, nell'altro figurano le pagnotte sfornate nei panifici Gasser. Rispetto al testo cui si accompagnano le due immagini sono coerenti con l'annuncio di lavoro, in quanto richiamano le mansioni ricercate (le consegne e la vendita in negozio), ribadendo nel segno la forte appartenenza al territorio, con la presenza dello scenario montano sullo sfondo.

Nelle foto di segni monolingui italiani, infine, si riscontra la strategia della riformulazione neutrale rispetto al genere, resa tramite espressioni imperative come "Lavora con noi" nel caso dell'annuncio della catena Chef Express a Bolzano (ID 80280), o frasi quali "Quest'estate Despar cerca te!" (ID 91112)<sup>22</sup>. In due casi (annunci di lavoro per negozi di abbigliamento a Bressanone) viene adoperato il solo femminile "commessa" (ID 74263 e 65177), che reitererebbe lo stereotipo che associa alle donne la professione della vendita nel settore dell'abbigliamento e della moda.

## 5. Riflessioni conclusive

L'analisi degli esempi proposti consente di formulare un primo bilancio sul tema della rappresentatività di genere nel paesaggio linguistico dell'Alto Adige/Südtirol. Nell'ambito degli annunci di lavoro si nota una certa disomogeneità per ciò che riguarda l'uso inclusivo e non sessista della lingua. Se non si può parlare di un'adesione unanime alle strategie della *geschlechtergerechte Sprache*, è tuttavia evidente che l'uso esclusivo del maschile generico appartiene ormai alla minoranza degli esempi considerati. Nei testi tedeschi delle offerte di lavoro, le denominazioni di persona o appaiono nella forma doppia oppure presentano le abbreviazioni di genere. Più efficaci ed economiche in termini di spazio sono le riformulazioni tramite sostantivi neutrali rispetto al genere. La forma doppia concisa, sia in tedesco che in italiano, è quella che dà maggiormente adito ad errori a causa di un posizionamento della sbarra obliqua non sempre congruo. L'impiego dei *Genderzeichen* si riscontra in soli due esempi di foto di segno bilingui (dialetto/tedesco standard) mentre sono del tutto assenti in quelli in italiano. Laddove presenti, le immagini di accompagnamento all'annuncio ritraggono raramente

<sup>22</sup> In questa foto di segno ci sembra utile segnalare che alla formulazione neutrale del testo si accompagna una rappresentazione visuale egualitaria in cui compaiono, in ugual numero, giovani uomini e donne.

figure umane, quando ciò accade sono presentate fuori campo o di spalle. Si opta piuttosto per rappresentazioni concettuali della professione ricercata, del settore produttivo o del legame dell'azienda con il territorio.

L'analisi del LL si conferma uno strumento fondamentale per riflettere sulle dinamiche linguistiche all'interno di una determinata comunità di parlanti. Come rammenta Gorter (2019: 1), infatti:

linguistic landscape research [...] looks at how the linguistic landscape is manipulated – consciously or unconsciously – in order to confirm or to resist existing or presumed language prestige patterns and hierarchies. It also considers ways in which the linguistic landscape does or does not reflect language demographics, use, attitudes, and policies. [...] Issues of power and resistance are at the heart of its agenda.

Il linguaggio 'esposto' è intrinsecamente politico perché, mostrando la 'visibilità' di alcune lingue rispetto ad altre, contribuisce a disvelare le gerarchie connesse a fattori quali il maggiore o minore prestigio linguistico. Non di meno, lo studio del paesaggio linguistico si rivela cruciale per intercettare i cambiamenti nelle politiche linguistiche e sondarne l'adesione o, di contro, il rifiuto da parte delle comunità di parlanti.

Lo studio avviato in questo articolo può certamente essere ampliato considerando altri segni *bottom-up* fino a comprendere anche i segni *top-down*, per valutare così l'applicazione delle linee guida provinciali nello spazio pubblico. Un'ulteriore prospettiva di ricerca consiste nell'esame delle foto di segno presenti nel corpus anche in chiave squisitamente multimodale per rintracciare eventuali rappresentazioni stereotipate delle diverse identità di genere.

**Bibliografia**

- Balnat, Vincent/Kaltz, Barbara (Hg.) (2025), *Genus und Geschlecht in europäischen Sprachen: Geschichte und Gegenwart*, Tübingen: Narr
- Barboza, Rafael/Borba, Rodrigo (2018), *Linguistic landscapes as pornobeterotopias: (De) regulating gender and sexuality in the public toilet*. «Linguistic Landscape» 4 (3), 257-277
- Baudinette, Thomas (2018), *Cosmopolitan English, traditional Japanese: Reading language desire into the signage of Tokyo's gay district*. «Linguistic Landscape» 4 (3), 238-256
- Ben-Rafael, Eliezer *et al.* (2006), *Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel*. «International Journal of Multilingualism» 3 (1), 7-30
- Bosworth, Yulia (2019), *Gender Inclusivity in the Linguistic Landscape of Parisian Universities*. «The French Review» 93 (2), 175-196
- D'Achille, Paolo (2021), *Un asterisco sul genere*. «Italiano Digitale» 18 (3), 72-82
- Dal Negro, Silvia (2017), *Bilinguismo asimmetrico in Alto Adige: lo spazio sociolinguistico dell'italiano*. In R. Bombi (a cura di), *Nuovi spazi comunicativi per l'italiano nel mondo*, Udine: FORUM, 60-67
- De Benedetti, Andrea (2022), *Così non schwa. Limiti ed eccessi del linguaggio inclusivo*, Torino: Einaudi
- Diewald, Gabriele/Steinhauer, Anja (2017), *Richtig gendern. Wie Sie angemessen und verständlich gendern*, Berlin: Duden
- Diewald, Gabriele/Steinhauer, Anja (2019), *Gendern? Ganz einfach!*, Berlin: Duden
- Diewald, Gabriele/Steinhauer, Anja (2020), *Handbuch geschlechtergerechte Sprache*, Berlin: Duden
- Direttive per il linguaggio di genere* (2024), Provincia autonoma di Bolzano – Alto Adige, Ufficio per le questioni linguistiche
- Gorter, Durk (2019), *Methods and techniques for linguistic landscape research: About definitions, core issues and technological innovations*. In M. Pütz/N. Mundt (eds.), *Expanding the Linguistic Landscape: Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*, Bristol: Multilingual Matters, 38-57
- Gorter, Durk/Cenoz, Jasone (2024), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Bristol: Multilingual Matters
- Hellinger, Marilis/Bußmann, Hadumod (eds.) (2003), *Gender Across Languages. The linguistic representation of women and men*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company

- Kotthoff, Helga/Nübling, Damaris (2018), *Genderlinguistik: Eine Einführung in Sprache, Gespräch und Geschlecht*, Tübingen: Narr
- Kress, Gunther/van Leeuwen, Theo (2006), *Reading Images. The Grammar of Visual Design*, London/New York: Routledge
- Landry, Rodrigue/Bourhis, Richard Y. (1997), *Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study*. «Journal of Language and Social Psychology» 16 (1), 23-49
- Lenz, Susanne (2021), *Linguist Peter Eisenberg: „Die Genderfraktion verachtet die deutsche Sprache“*; «Berliner Zeitung» 12.05.2021
- Luraghi, Silvia/Olita, Anna (2006), *Linguaggio e genere*, Roma: Carocci
- Milani, Tommaso M. (2013a), *Expanding the Queer Linguistic Scene: Multimodality, space and sexuality at a South African university*. «Journal of Language and Sexuality» 2 (2), 206-234
- Milani, Tommaso M. (2013b), *Whither linguistic landscapes? The sexed facets of ordinary signs*. «Tilburg Papers in Culture Studies» 53, 1-34
- Milani, Tommaso M. (2014), *Sexed signs – queering the scenery*. «International Journal of the Sociology of Language» 228, 201-225
- Motschenbacher, Heiko (2020), *Walking on Wilton Drive: A linguistic landscape analysis of a homonormative space*. «Language and Communication» 72, 25-43
- Olderdissen, Christine (2022), *Genderleicht: Wie Sprache für alle elegant gelingt*, Berlin: Duden
- Palermo, Silvia (2022), *Il paesaggio delle valli: il Linguistic Landscape dell'Alto Adige/Südtirol*, Napoli: ESI
- Pulcini, Virginia/Andreani, Angela (2014), *Job-hunting in Italy: Building a glossary of “English inspired” job titles*. In A. Abel/C. Vettori/N. Ralli (eds.), *Proceedings of the XVI EURALEX International Congress: The User in Focus*, Bolzano: Institute for Specialised Communication and Multilingualism, 1187-1201
- Pusch, Luise (2009), *Das Deutsche als Männersprache. Aufsätze und Glossen zur feministischen Linguistik* [1984], Frankfurt a.M.: Suhrkamp
- Reh, Mechthild (2004), *Multilingual writing: a reader-oriented typology – with examples from Lira Municipality (Uganda)*. «International Journal of the Sociology of Language» 170, 1- 41
- Richtlinien für eine geschlechtergerechte Sprache* (2024), Autonome Provinz Bozen-Südtirol, Amt für Sprachangelegenheiten

- Robustelli, Cecilia (2000), *Lingua e identità di genere. Problemi attuali nell'italiano*. «Studi italiani di linguistica teorica e applicata», 507-527
- Sabatini, Alma (1987), *Il sessismo nella lingua italiana*, Roma: Presidenza Consiglio dei Ministri
- Scollon, Ron/Scollon, Suzie W. (2003), *Discourses in places: Language in the material world*, London/New York: Routledge
- Strange, Louis (2023), *Ní Saoirse go Saoirse na mBan: Gender and the Irish language in the linguistic landscape of Ireland's 2018 abortion referendum*. In «Language in Society» 52, 215-239
- Usinger, Johanna (2023), *Einfach können: gendern*, Berlin: Duden



**Silvia Palermo**

Un'introduzione

**Daniela Pietrini**

Il dialetto nel paesaggio linguistico napoletano: tra localismo e globalizzazione

**Martina Bellinzona**

Tradurre lo spazio urbano: il *Linguistic Landscape* come laboratorio didattico

**Gabriella Sgambati**

Il paesaggio linguistico nei libri di testo DaF come possibile strumento per l'insegnamento/apprendimento del tedesco

**Ulrike Simon**

Sprach- und kulturreflexives Lernen mit *Linguistic Landscapes* im DaF-Unterricht

**Miriam Morf**

*Linguistic Landscapes* in der Übersetzungsdidaktik unter Berücksichtigung von Standard- und Nichtstandardvarietäten des Deutschen

**Luigia Tessitore**

Gerarchie di genere e linguaggio inclusivo nel paesaggio linguistico del Südtirol

**Vincenzo Gannuscio; Silvia Palermo**

Multilinguismo e politica: il *Linguistic Landscape* nelle elezioni amministrative 2023 in Alto Adige/Südtirol

**Alessandra Zurolo**

Das „tönende Mosaik“ des österreichischen Deutschen in der Wiener Sprachlandschaft

**Ramona Pellegrino**

La dimensione storica del *Linguistic Landscape* viennese nei film: rappresentazione e funzione

**Barbara Häußinger**

Erzählte Sprachlandschaften. Zur Einengung des öffentlichen Raumes in Zeitzeugeninterviews jüdischer Emigrant\_innen nach Palästina

**note; recensioni**

ISSN 1124-3724