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

g;

germanica;

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/hrsg. 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



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

edizione digitale in *open access*:
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 kulturreflexives 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 Einengang 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

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 9-11 | ISSN 1124-3724

Silvia Palermo

Un'introduzione

"Once you get drawn into studying signage, it makes you see the world with different eyes, and it may never let you go."

Con queste parole – che chiudono simbolicamente il volume *A Panorama of Linguistic Landscape Studies* di Gorter/Cenoz (2024: 397) – introduciamo il presente numero monografico degli «Annali. Sezione germanica», dedicato a *Le declinazioni del* Linguistic Landscape/*Die Formen der Sprachlandschaft*.

Chi si avvicina agli studi sul *Linguistic Landscape* (in italiano, paesaggio o panorama linguistico) sperimenta spesso un cambiamento percettivo radicale: inizia cioè a osservare il mondo con occhi diversi, a cogliere segni, scritte, icone e messaggi linguistici ovunque nello spazio pubblico, e non riesce più a smettere di farlo. Il *Linguistic Landscape* (LL), da semplice oggetto di osservazione, si trasforma così in uno strumento critico e interpretativo che modifica il modo di guardare il mondo circostante.

I contributi raccolti in questo volume mostrano alcune delle molteplici possibilità di declinazione del LL, che può essere inteso sia come ogni manifestazione linguistica visibile nello spazio pubblico – seguendo l'impostazione iniziale di Landry/Bourhis (1997), poi ampliata nel tempo –, sia come campo disciplinare autonomo e ormai consolidato all'interno della linguistica contemporanea. L'evoluzione del LL negli ultimi venticinque anni ha infatti riguardato non solo l'estensione dei suoi oggetti d'indagine – dallo spazio urbano ai contesti scolastici, dalle rappresentazioni filmiche ai paesaggi linguistici digitali –, ma ha coinvolto anche la riflessione sulle metodologie e sugli strumenti di ricerca. Basti pensare al passaggio, metodologicamente e tecnicamente cruciale, dalla raccolta di dati con macchine fotografiche digitali e banche dati, a quella tramite smartphone e app dedicate con i supporti per la geolocalizzazione, che ha accelerato in modo esponenziale la documentazione disponibile e l'elaborazione dei dati, consentendo anche di svolgere più indagini contemporaneamente.

Il rischio sottolineato su più fronti (cfr. a proposito Gorter 2024) è che l'assenza di una metodologia condivisa, pur favorendo la rapida espansione degli

studi, possa portare a una certa eterogeneità e mancanza di rigore. Tuttavia, è proprio questa apertura che consente al LL di adattarsi a contesti, domande e obiettivi diversi, rendendolo oggi uno degli strumenti più versatili e stimolanti per indagare le relazioni tra lingua, spazio, identità e società.

Dieci sono i contributi presenti nel volume che seguono un ideale percorso geografico. Nel primo, Daniela Pietrini analizza il LL della ristorazione a Napoli, focalizzandosi sull'uso del dialetto napoletano come marcatore di autenticità e identità locale. Attraverso un approccio qualitativo e multimodale, mostra come il dialetto si intrecci con codici globali come l'italiano e l'inglese, trasformandosi in una risorsa comunicativa simbolica e dinamica.

Martina Bellinzona, a seguire, propone un'esperienza universitaria incentrata sulla traduzione e sull'analisi del paesaggio linguistico urbano. Gli studenti dell'Università per Stranieri di Siena sono stati coinvolti in attività pratiche di raccolta e rielaborazione dei segni, potenziando così creatività, riflessione linguistica e competenze interculturali.

Dalla prospettiva dell'editoria scolastica in Italia, Gabriella Sgambati si concentra sull'analisi di 85 immagini presenti nei manuali di tedesco come lingua straniera (DaF), sottolineando la marginalità dell'uso del LL e proponendone un impiego più consapevole per promuovere competenza multimodale e consapevolezza linguistica.

Anche Ulrike Simon sottolinea il potenziale del LL per l'insegnamento del tedesco come lingua straniera, integrando l'apprendimento linguistico e culturale. Al centro del suo contributo vi è un corpus fotografico raccolto dall'autrice stessa dal 2018 contenente oltre 400 immagini provenienti da Bari e dintorni, che documentano scritte, simboli e oggetti legati alla lingua e cultura tedesca.

Nel contesto della Svizzera germanofona, Miriam Morf esplora l'utilizzo del LL nella didattica della traduzione, valorizzando il confronto tra varietà standard e non standard del tedesco. L'esperienza ha consentito agli studenti di riflettere sulla variazione linguistica in contesto e di sviluppare consapevolezza sociolinguistica.

Lavorando sulla provincia autonoma di Bolzano - Alto Adige, Luigia Tessitore analizza 18 segni individuati nel corpus online LLSüdtirol (creato da Palermo/Sgambati 2022-2025) per indagare l'uso del linguaggio inclusivo negli annunci di lavoro. Sono emerse pratiche linguistiche eterogenee, che rivelano tensioni tra norme istituzionali, creatività individuale e dinamiche di genere.

Sempre in questo territorio, ma utilizzando i dati raccolti in un altro corpus online da loro creato negli anni 2023-2025, LL-Politics_Südtirol, Vincenzo Gannuscio e Silvia Palermo, analizzano da vicino in questo contributo il paesaggio linguistico transitorio delle elezioni amministrative del 2023. L'analisi

dei manifesti politici evidenzia l'uso strategico delle lingue (italiano, tedesco, ladino) come strumenti di costruzione identitaria e posizionamento politico in un contesto multilingue.

Spostandoci in Austria, Alessandra Zurolo, dopo un'attenta presentazione delle caratteristiche del tedesco austriaco e del dialetto viennese, ne esplora la presenza nel paesaggio linguistico urbano di Vienna, valorizzando la creatività con cui i viennesi usano varietà locali nello spazio urbano. Attraverso una selezione di fotografie scattate dall'autrice in nove distretti viennesi, il contributo stimola riflessioni critiche su diversità linguistica, inclusione e cittadinanza attiva e conclude auspicando proposte didattiche per valorizzare il tedesco pluricentrico.

Restando nella capitale austriaca, Ramona Pellegrino considera il paesaggio linguistico filmico documentato in tre film *Il terzo uomo* (1949), *Quattro in una jeep* (1951) e *Il tabaccaio di Vienna* (2018). In assenza di un'indagine sul campo, il contesto urbano cinematografico diventa uno spazio di osservazione e analisi delle dinamiche multilingui della Vienna degli anni Novanta, utile anche in ambito didattico.

Barbara Häußinger infine propone un approccio innovativo al LL, basato su interviste biografiche in cui i paesaggi linguistici sono narrati piuttosto che osservati. Le lingue appaiono come parte della memoria affettiva, legate a luoghi vissuti e identità personali. L'*Israelkorpus*, raccolta di interviste a migranti tedeschi in Israele, mostra come le lingue si intreccino a esperienze di migrazione e appartenenza. In questo modo, il LL si sposta dallo spazio visibile alla dimensione soggettiva del ricordo. È un paesaggio linguistico interiore, emotivo e dinamico.

Nel loro insieme, questi contributi offrono una panoramica ricca e sfaccettata delle potenzialità del LL nei diversi territori. Che si tratti di dialetti locali, strategie politiche, materiali didattici, progetti scolastici o narrazioni di vita, il LL si conferma uno strumento potente per leggere il rapporto tra lingua, spazio e società, in chiave critica, educativa e trasformativa.

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 13-35 | ISSN 1124-3724

Daniela Pietrini

Il dialetto nel paesaggio linguistico napoletano: tra localismo e globalizzazione

The contribution is situated within the interest in the 'usability of dialect' (Berruto 2012) in contemporary Italy, focusing on the study of dialect not as a spoken variety nor as an artistic or literary dialect, but as a (written) resource for constructing the linguistic landscape of urban space. On the basis of a large sample of photographs of the commercial signs of establishments active in the catering sector displayed in different neighbourhoods of the city of Naples, the aim is to classify the uses and functions of dialect in public writing in order to analyse the role and presence of Neapolitan in the linguistic construction of the city space. The study, conducted on the basis of a qualitative approach, presents a selection of writings exhibited entirely in dialect or multilingual using the tools of contact linguistics and in particular the model for analysing multilingual multimodal written texts developed by Mark Sebba (2012, 2013).

Dialect in the Neapolitan Linguistic Landscape between localism and globalization

[Neapolitan; dialect; multilingual commercial signs; urban space; Naples]

1. Introduzione

Il contributo si propone di indagare se e in che modo il dialetto napoletano sia in grado di rispondere ai bisogni di una metropoli globalizzata, ovvero se e in quale misura le trasformazioni urbane e sociali abbiano aperto al napoletano nuovi ambiti d'uso[1], riferendosi però non al dialetto nella sua funzione primaria di codice dell'oralità e della comunicazione informale quotidiana, ma ai suoi usi scritti nello spazio pubblico urbano.

La presenza di termini dialettali nei paesaggi linguistici delle città italiane è stata osservata più volte negli ultimi anni:

> Su queste risorgenze esistono già vari scandagli, e il quadro sembra arricchirsi perché il dialetto continua a essere presente, talvolta rinvigorendosi, in territori

[1] Ci si riferisce qui in particolare al concetto di *usabilità del dialetto* di Berruto (2012: 101), che nei primi anni Duemila attribuiva al dialetto quattro valori fondamentali: comunicativo-affettivo nell'uso quotidiano, ludico-espressivo, simbolico-ideologico e folkloristico-museografico (Berruto 2006: 120).

> fino a pochi decenni fa appannaggio quasi esclusivo dell'italiano: basti pensare, per esempio, […] ai dialetti esposti, cioè ai cosiddetti paesaggi linguistici urbani, quelli costituiti oltre che di scritture murarie anche di insegne, nomi di ristoranti e negozi, e che fanno il pendant con i marchionimi, i nomi di prodotti dell'artigianato, i menu dei ristoranti, spazi tutti in cui la riscoperta del valore identitario del dialetto è strettamente intrecciata con la rivendicazione (e l'esibizione) di genuinità e di qualità dei prodotti del territorio. (Lubello 2020: 10)

Mentre diversi studi recenti e recentissimi sulle funzioni del dialetto nelle scritture esposte si sono concentrati soprattutto sulle varietà siciliane (Scaglione 2017; Alfonzetti 2021, 2023), oggetto di questo contributo è piuttosto il ruolo del napoletano nella costruzione dello spazio urbano del capoluogo campano[2].

La scelta del napoletano è tutt'altro che casuale: pur non potendo ripercorrere in questa sede neppure in maniera sommaria le tappe della ricchissima storia dialettale della città di Napoli[3], è importante sottolineare la particolare vitalità del suo dialetto, mai veramente a rischio nemmeno durante la fase di italianizzazione del secondo dopoguerra, in cui il massiccio ampliamento delle sfere d'uso della lingua comune ha fortemente livellato i dialetti italiani: "In un secolo in cui molti, più o meno a torto, hanno parlato di fine o di crisi dei dialetti, il napoletano ha in fondo sempre mostrato una buona vitalità" (De Blasi 2012: 116). Nonostante l'indubbia influenza di fenomeni di omologazione e globalizzazione su forme e diffusione del dialetto anche nella metropoli campana, il napoletano non solo non è mai tramontato in quanto lingua veicolare della comunicazione quotidiana, ma ha mantenuto spazi significativi anche nel suo uso riflesso a fini artistici, sia in forme per certi versi tradizionali come letteratura, teatro o cinema (cfr. Stromboli 2022), sia conquistando dimensioni e spazi nuovi, per esempio nella fiction (si pensi alle tante serie attuali di successo che fanno ampio uso del dialetto napoletano come *Gomorra*, *Mare fuori* ecc.; cfr. Variano 2019; Aprile/Ortolano 2024) o in fumetti e graphic novel (cfr. Pietrini 2020, 2021; Pietrini/Setti 2024).

[2] Si considerino però alcuni studi di Albano Leoni (Albano Leoni 2015; Albano Leoni/Dovetto 2017) dedicati a un tipo particolare di scrittura esposta a Napoli – i manifesti funebri. Apicella (2019) si concentra invece sul dialetto nei nomi degli esercizi commerciali in Campania studiando – tra gli altri – 59 nomi commerciali in cui è presente il dialetto napoletano, ma senza riferimenti agli aspetti multimodali delle scritture esposte.

[3] La bibliografia in proposito è sterminata. Si rimanda qui a pochi studi fondamentali (De Blasi/Bianchi/Librandi 1993; De Blasi 2012; Maturi 2023; Radtke 1997) e alla bibliografia ivi citata.

2. Corpus, metodo e obiettivi

Questo contributo va inquadrato all'interno di un progetto di ricerca più ampio volto allo studio dei processi comunicativi di appropriazione e interpretazione sociale dello spazio urbano napoletano[4] nell'ambito di quella direzione di ricerca emersa negli ultimi venti anni con il termine inglese *Linguistic Landscape*[5].

Lo studio del paesaggio linguistico si è sviluppato inizialmente soprattutto in ambito bilingue e multilingue con un focus sugli spazi urbani delle grandi città, con l'obiettivo di comprendere in un determinato contesto storico-geografico "i rapporti fra le componenti sociali associate alle diverse lingue presenti sul territorio" (Palermo 2022: 21). Successivamente, si è allargato il campo di indagine uscendo dalle metropoli[6], si è ampliato il concetto di spazio di riferimento per includere anche luoghi semi-pubblici quali scuole, aeroporti e ospedali, e si è dimostrata – almeno in Italia – un'attenzione crescente all'uso del dialetto nello spazio urbano (cfr., oltre agli studi citati nel par. 1, anche Goria 2012; Blackwood/Tufi 2015; Bernini/Guerini/Iannàccaro 2021). È in questo contesto che si inserisce anche il contributo presente, che indaga la presenza del dialetto nel paesaggio linguistico napoletano attraverso un'analisi qualitativa di alcune insegne commerciali e in generale degli interi esterni[7] degli esercizi

[4] Il progetto complessivo – che porta il titolo provvisorio "Writing in public space: the discursive construction of the city of Naples" – si fonda su un concetto di spazio inteso non in quanto sfondo statico per la comunicazione, ma come costrutto sociale stabilito attraverso pratiche discorsive e che struttura le interazioni che avvengono al proprio interno. La comunicazione linguistica si rivela centrale per la costituzione e l'interpretazione dello spazio urbano così concepito: lo spazio socialmente percepibile comprende anche le insegne e tutte le altre scritture pubblicamente visibili in esso. L'oggetto di indagine è quindi la scrittura esposta in tutte le sue forme di materializzazione, non solo le insegne commerciali – oggetto di questo contributo –, ma anche altri tipi di iscrizioni, dai segnali stradali e dalle tavole commemorative a graffiti, adesivi e simili.

[5] Impossibile menzionare qui tutti gli studi che si sono susseguiti nell'ambito di questa direzione di ricerca dalle sue origini a oggi. Si ricordino almeno quelli, fondamentali, di Landry/Bourhis (1997); Scollon/Scollon (2003); Ben-Rafael *et al.* (2006); Shohamy/Gorter (2008); Auer (2010); Ben-Rafael/Shohamy/Barni (2010). Per un panorama esaustivo degli studi e delle linee di ricerca in questo campo si veda inoltre il recente Gorter/Cenoz (2024).

[6] Non a caso lo studio di Palermo (2022) si occupa proprio del paesaggio linguistico delle valli della provincia di Bolzano.

[7] Per 'esterno' si intende l'insieme di tutti i segni, le scritte in vetrina o su lavagnette, i menù, gli adesivi ecc. che si trovano in prossimità l'uno dell'altro e si relazionano tra loro in termini di contenuto. Cfr. il concetto di *ensemble* di Auer (2010: 286): "Unter einem ensemble verstehe ich mehrere Schilder/Inschriften/Zettel/Aufkleber, die in unmittelbarer Nähe zueinander stehen, also mit einem Blick wahrgenommen werden können, und die sich inhaltlich aufeinander be-

commerciali napoletani attivi nell'ambito della ristorazione[8]. Lo studio si basa su una selezione di fotografie digitali scattate personalmente tra il 2017 e il 2022[9], (ri)annotate e geolocalizzate automaticamente sul territorio attraverso l'applicazione web *Lingscape* (Purschke/Gilles 2016 ss.) e raccolte nel corpus DialNap (Pietrini 2017 ss.). Nel caso di più fotografie per lo stesso locale, esse sono state trattate come un'unica unità di analisi. Si consideri inoltre che, data la provvisorietà intrinseca al paesaggio linguistico stesso, fatto di segni linguistici spesso effimeri (si pensi a cartelloni pubblicitari, adesivi, annunci e simili, destinati a essere rapidamente ricoperti, sostituiti, strappati), alcune delle insegne commerciali fotografate per il corpus non esistono più, rimpiazzate da nuovi progetti grafici oppure eliminate per la chiusura del locale rispettivo[10].

ziehen". In direzione analoga si è mossa anche Alfonzetti nel suo studio del paesaggio linguistico di Catania (2021: 42). Si tenga comunque presente che la definizione dell'unità di analisi costituisce un elemento fortemente problematico negli studi di *linguistic landscape*, tanto che Gorter/Cenoz (2024) parlano in proposito di una "questione irrisolta" ("Unresolved issues: unity of analysis and survey area", 113).

[8] Esempi e risultati analoghi – per quanto meno numerosi – riguardano anche insegne commerciali di esercizi attivi nell'ambito dell'abbigliamento, dei giocattoli, dei prodotti per la casa. Per esigenze di uniformità del corpus e di spazio espositivo, si è scelto di limitare la trattazione a una piccola selezione di esempi e a un unico ambito commerciale, quello della ristorazione, escludendo anche la vendita di prodotti alimentari destinati a futura lavorazione come salumerie ecc.

[9] Solo in pochi casi, dovuti a difficoltà tecniche di realizzazione diretta delle fotografie, si è ricorso alle foto pubblicate sul proprio sito o su Tripadvisor dai ristoranti stessi. Per un primo stadio di questa ricerca, presentato nella primavera 2017 in diverse occasioni presso le Università di Halle, Augsburg e Heidelberg (Pietrini 2017a, 2017b, 2017c), sono state realizzate diverse fotografie digitali nei primi mesi del 2017. Dopo un'interruzione del progetto, dovuta soprattutto alla pandemia e alla conseguente impossibilità di viaggiare, il primo sottocorpus, inizialmente ampliato con immagini disponibili sul web, si è arricchito di numerose fotografie scattate nella primavera 2022. Una volta ultimata la costituzione del corpus, ancora in corso e di cui questo contributo propone solo una presentazione parziale per sottolinearne interesse e potenzialità, ci si riserva di analizzare il materiale in maniera sistematica coniugando metodi qualitativi e quantitativi e mettendo i dati linguistici in relazione alle zone di raccolta e al loro profilo socio-demografico.

[10] Si tenga anche presente la storia travagliata del progetto di ricerca soggiacente, più volte interrotto e fortemente condizionato dal covid, sia per la già citata difficoltà di viaggiare durante la pandemia, sia per la successiva chiusura di numerosi locali – soprattutto nel settore della gastronomia –, che ha causato veri e propri smottamenti nel paesaggio linguistico (non solo) napoletano.

Per l'analisi che segue, all'interno del materiale fotografico del corpus complessivo del progetto sono stati selezionati gli esempi in cui compaia almeno un elemento dialettale, inteso come unità minima della dialettalità a livello morfologico (morfema sia libero sia legato, sia lessicale sia grammaticale).

A veicolare il significato delle scritture esposte, in particolare nel caso di scritture commerciali come quelle oggetto di questo contributo, non è soltanto l'elemento linguistico in quanto tale né il valore simbolico implicito nella scelta di un determinato codice (dialetto o lingua nazionale), ma tutta una serie di elementi visivi quali il colore, il font utilizzato, l'arrangiamento spaziale delle informazioni, lo sfondo, la presenza di icone o immagini ecc. Inoltre, il design e il piazzamento delle singole risorse linguistiche utilizzate contribuiscono a costruirne la funzione discorsiva. Soprattutto per quanto riguarda le scritture esposte in cui compaiono più codici, si è quindi optato per un'analisi multimodale basata sul modello per l'analisi multimodale di testi multilingui elaborato da Sebba (2012, 2013) sulla base di Kress/van Leeuwen (2010) e Scollon/Scollon (2003), che considera le relazioni spazio-linguistiche (l'arrangiamento spaziale degli elementi testuali in rapporto al codice utilizzato), le relazioni tra i testi nei codici utilizzati (che possono presentare contenuti equivalenti, divergenti o sovrapposti), e i rapporti tra le lingue nelle singole unità del testo multimodale.

3. Analisi empirica

3.1 Dialetto, onomastica e termini di parentela

Un gruppo nutrito di insegne di ristoranti napoletani contiene ipocoristici, vezzeggiativi o diminutivi di nomi propri di persona, come i diminutivi di Salvatore *Sasà* ("La taverna di Sasà"[11]) e *Totore* ("Totore a Mergellina") o le forme tronche *Filumè*[12] ("Filumè Bistrot napoletano") e *Sofì* ("Passione di Sofì", riferito a Sofia Loren, una delle icone della napoletanità, come dimostrano anche le diverse fotografie dell'attrice esposte in vetrina e all'interno del locale).

[11] Tutte le insegne citate nel testo sono riportate nel pieno rispetto delle scelte grafiche dell'originale quanto alla scrittura del napoletano, con trascrizioni che spesso si distanziano anche notevolmente da quelle della tradizione. Le scritture esposte analizzate mettono quindi in evidenza la distanza tra la scrittura per così dire canonica del napoletano (cfr. almeno De Blasi/Imperatore 2000; De Blasi/Montuori 2020), dialetto che vanta una ricca tradizione letteraria, e le grafie spontanee del dialetto presenti in città (cfr. Maturi 2006; Montuori 2006).

[12] Evidente l'omaggio alla 'Filumè' della tradizione teatrale napoletana, la celeberrima Filumena Marturano dell'omonima commedia di Eduardo De Filippo.

Non mancano ipocoristici formati secondo processi di derivazione marcati in diatopia, in particolare il suffisso *-ello/-ella*[13] per le alterazioni di Carmine in *Carminiello* ("Pizzeria Carminiello") e *Carmeniell* ("Addu Carmeniell") e del femminile Carmela in *Carmnella*, oppure, sempre sfruttando lo stesso suffisso, *Nanninella* (da Nannina), diminutivo di Anna ("Antica Trattoria da Nanninella"). Tali manipolazioni onomastiche producono appellativi affettivi, la cui funzione principale consiste nell'"avvicinare la persona nominata a chi la nomina" (Riolo 2008: 155). L'effetto di vicinanza viene intensificato dalla scelta di nomi propri particolarmente comuni a Napoli, e può essere rafforzato da un toponimo riferito a un quartiere della città ("a Mergellina") o dalla preposizione dialettale *addó* che, seguita da un nome di persona, indica il luogo in cui quella persona si trova[14]. L'associazione della manipolazione onomastica in senso affettivo con il dialetto in quanto idioma della comunicazione familiare consente di veicolare un'idea di casa; in tal modo il dialetto, varietà diatopica per eccellenza, diventa espressione non (sol)tanto di località, quanto della conduzione familiare del ristorante e di una cucina casareccia e quindi genuina, priva di manipolazioni. Un effetto analogo è raggiunto dall'associazione del dialetto con il campo semantico della famiglia nelle insegne che contengono termini di parentela in dialetto, come *fratemo* 'mio fratello' in "Addù fratemo", ma soprattutto zii (*zi / zi'*) e mamme (*mammà*) ("Zi Totonno a Mergellina", "Zi' Teresa", "Mammà", "I love mammá", "A' cucina 'e Mammà" ecc.). Per quanto questo uso del dialetto con funzione di "rappresentazione e sottolineatura simbolica e ideologica" (Berruto 2012: 120) del mondo familiare e quindi della sua autenticità (nonché di quella dei prodotti a esso collegati) sia fondamentalmente tradizionale, l'analisi empirica di un caso esemplare (Fig. 1) può servire a cogliere elementi innovativi.

[13] Cfr. Serianni (1989: 653): "*-ello, -ella*. […] È particolarmente diffuso nel Mezzogiorno (dove compare – in regionalismi, in toponimi o in antroponimi – in luogo di *-ino* o *-etto* di altre regioni). Ricordiamo le *sfogliatelle* o la *speranziella* napoletane".

[14] "Usasi come preposizione innanzi a nome di persona, per indicare il luogo ove quella sta" (Rocco 2018, s.v.).



Fig. 1: *I love mammá.*
Dialetto, italiano e inglese in un testo multimodale di tipo complementare

All'interno della cornice testo-visiva costituita dall'insegna del ristorante "I love mammá" – oggi definitivamente chiuso – si giustappongono codici linguistici diversi che veicolano contenuti complementari. L'elemento più vistoso, grazie alla dimensione, al carattere maiuscolo e alla luce colorata, è la parola – italiana – 'ristorante', posta in alto a mo' di titolo con funzione di indicizzazione del tipo di locale. Dopo un elemento meramente iconico – l'immagine di un cuore trafitto da una forchetta –, una seconda stringa testuale contiene, in un carattere corsivo e illumi-

nato di luce bianca, l'enunciato "I love mammá". Quest'ultimo è caratterizzato dalla commutazione di codice intrafrasale tra l'inglese *I love* e il napoletano *mammà* (scritto però "mammá" con l'accento acuto, v. fig. 1), in cui tra l'altro la presenza del dialetto è enfatizzata dal colore rosso dell'accento, che distingue questo elemento da tutto il resto dell'insegna. Il ricorso al corsivo veicola significati di vicinanza e intimità: è il carattere utilizzato dai bambini a scuola, ma anche quello della scrittura a mano, scrittura privata per eccellenza. Così il carattere rafforza a livello grafico l'effetto di vicinanza creato dall'impiego del dialettale *mammà*. La stringa successiva torna alle denominazioni neutrali e quindi al maiuscolo ripetendo le etichettature del tipo di locale (*ristorante*, *pizzeria*), cui si aggiunge il regionalismo *sfizi*, già citato da Lepschy (Lepschy/Lepschy 1986: 45) come regionalismo napoletano ad alta riconoscibilità in grado di trasportare il valore di "località" e quindi rafforzare il colorito locale. Dal punto di vista dei codici usati si incontrano qui tre codici, l'italiano, il dialetto e l'inglese, mentre il messaggio resta comprensibile a parlanti imperfetti di ognuno di essi facendo leva sull'appartenenza dei termini usati al bagaglio condiviso di conoscenze del passante indifferenziato nella Napoli contemporanea.

3.2 Dialetto e specialità alimentari

Un folto gruppo di insegne di esercizio mette al centro una specialità alimentare, e non sorprende che, nei casi di un prodotto locale, si ricorra al dialetto: è questo il caso di mozzarelle ("'A muzzarella mia parla"; "Pan 'e Muzzarell"; "Muu Muuzzarella Lounge" / "Muu Muuzzarella Seaside"), pizze ("Magnopizza", "A pizza ra casa mia", "'A pizz sapurit"), sfogliatelle ("'A sfugliatella") e ragù ("Rraù & tradizione"), per menzionare solo qualche esempio. Eppure, il dialetto è presente anche in quelle insegne che si concentrano su un prodotto alimentare genericamente italiano o comunque non marcato dal punto di vista territoriale, se non addirittura estraneo alla nostra tradizione gastronomica.

Una prima classificazione di tipo morfologico dei neologismi presenti nelle insegne distingue i casi in cui l'elemento dialettale funge da base di derivazione da quelli in cui esso è usato per creare parole composte. Quanto ai derivati, abbondano gli ibridismi formati – secondo una tecnica consolidata nella formazione di nomi commerciali – unendo una base e un suffisso derivativo appartenenti a codici diversi. Se di solito il neologismo pubblicitario-commerciale consiste nell'ibridismo lingua straniera + italiano (del tipo 'nutella' da *nut* 'nocciola'+ *-ella*), in diverse insegne del corpus l'ibridazione coinvolge dialetto e italiano. La base dialettale è costituita dal nome in napoletano del prodotto alimentare tipico a cui si fa riferimento, cui si affigge un suffisso formativo dell'italiano. Il caso più frequente riguarda il suffisso *-eria*,

particolarmente produttivo nell'italiano contemporaneo, affisso a basi con il tratto '+commestibile' per formare neologismi che designano il locale pubblico nel quale si serve il cibo indicato dalla base (tipo 'gelateria', 'pizzeria' ecc., cfr. Grossmann/ Rainer 2004: 237). Tra gli esempi del corpus spiccano *panuozzeria* ("Panuozzeria Vomero"), formato applicando il suffisso *-eria* alla base dialettale che indica la specialità locale *panuozzo*[15], o anche *purperia* ("Purperia da zi' Rafele"[16]), in cui la base *purpo* (napoletano per 'polpo'), pur non indicando un prodotto strettamente locale, fa comunque riferimento a un alimento tipico della cucina partenopea.

Anche i composti sono spesso ibridi, prevalentemente formati con il modificatore in dialetto e la testa in una lingua nazionale (non necessariamente l'italiano). Un esempio significativo è il logo di "Muuzzarella_Lounge" (fig. 2), locale che oggi ha cambiato nome in *Muuzzarella Seaside*. Anche in questo caso il nome del locale è incentrato su un prodotto locale tipico, la mozzarella, in un composto neologico con testa a destra (secondo un ordine dei costituenti estraneo al modello formativo delle lingue romanze) del tipo determinante + determinato. Il risultato "Muuzzarella_Lounge" presenta diversi livelli di ibridazione: all'ibridismo dei codici – il napoletano *muzzarella* per il modificatore e l'inglese *lounge* per il determinante – si aggiunge quello tra il dialetto della denominazione del prodotto locale e l'onomatopea del muggito (*muu*), a cui fanno riferimento il font e la disposizione dei caratteri dell'insegna, che disegnano il muso stilizzato di una bufala, e l'illuminazione, che ne mette in risalto occhi e muso, in un complesso gioco di rimandi tra gli elementi testuali e quelli visivi. Se il determinante 'muuzzarella', grazie all'ibridazione con l'onomatopea, è più di una grafia individuale del nome in napoletano di un prodotto alimentare locale, anche il determinato 'lounge' merita alcune considerazioni. L'anglismo, pur designando una sorta di 'salotto', è privo di una dimensione domestica, riferendosi piuttosto ad alberghi, bar, aeroporti o stazioni, tanto nella lingua d'origine[17] quanto come prestito anglofono nell'italiano[18]. Alla luce di queste considerazioni, l'ibridismo

[15] Il termine *panuozzo* designa "una sorta di grande panino, la cui pasta è costituita dallo stesso impasto di quella della pizza: farina di grano tenero, acqua, lievito di birra fresco, sale marino, lievitata due volte e cotta forno a legna […], farcito a seconda del gusto personale, con ortaggi, salumi, latticini e formaggi" (Assessorato Agricoltura, s. pag.).

[16] Si notino anche l'onomastica dialettale *Rafele* per 'Raffaele' e il termine di parentela napoletano *zi'*, di cui al § *3.1.*

[17] "A room in a hotel, airport, theatre, etc. where people can relax or wait" (*Cambridge Advance Learner's Dictionary & Thesaurus* 2020, s.v.).

[18] "In alberghi, stazioni, aeroporti e sim., vasta ed elegante sala d'attesa o d'intrattenimento; anche in funzione attributiva nella locuz. *lounge bar*, sala di un albergo o di un ristorante adibita a bar" (TREC, s.v.).

tra un prodotto artigianale locale della cultura contadina come la mozzarella, per di più nella sua denominazione dialettale (ibridata con una connotazione ludica grazie all'incrocio con l'onomatopea) e un termine inglese che designa un locale elegante, pubblico, non domestico, destinato al relax in ambienti emblematici della società globale quali hotel o aeroporti, in forte contrasto creativo l'uno con l'altro, eppure uniti dal trattino – tra l'altro un trattino basso come nelle scritture digitali contemporanee –, assume una connotazione che va ben oltre i valori simbolici di tradizione e genuinità solitamente attribuiti al dialetto: il dialetto locale si proietta in una dimensione internazionale superando i passaggi intermedi per rappresentare sì la tradizione, ma che si fa globale, elegante, chic.



Fig. 2: *Muuzzarella_lounge*.
Il dialetto ibridato con l'inglese proietta la cultura locale in una dimensione internazionale inedita[19]

Oltre a valorizzare la tradizione della cucina partenopea attraverso denominazioni in napoletano per i prodotti locali tipici, il dialetto compare – un po' a sorpresa – anche nelle insegne commerciali che inneggiano a prodotti del tutto estranei alla gastronomia napoletana. I casi di questo tipo sono molteplici: si va dalla dialettalità minima, in cui al nome esotico del prodotto si antepone l'articolo definito in napoletano *'o* ("'O sushi", "'O wok", fig. 3) al gioco di parole più articolato (p.es. "Napoke", v. fig. 4).

[19] Dato il valore significativo delle luci all'immagine degli esterni del locale si è preferita una foto degli interni tratta dalla rete.



Fig. 3: *'O wok*.
Scrittura esposta multimodale e mistilingue in cui la dialettalità minima dell'articolo in napoletano interagisce con diverse lingue nazionali sul piano lessicale e morfosintattico

L'insegna di "'O Wok" (fig. 3) si presenta come testo multimodale costituito da elementi complementari (l'arrangiamento spaziale degli elementi testuali rispetto al codice utilizzato è asimmetrico, i contenuti sono divergenti e la mescolanza di codice variabile, cfr. Sebba 2012, 2013). Ognuno dei due blocchi testuali che la compongono è di per sé mistilingue: la prima stringa (*'o wok*) combina il dialetto del morfema grammaticale *'o* (articolo definito maschile singolare del napoletano) con un forestierismo, il morfema lessicale *wok*, prestito dal cinese cantonese, ormai acclimatato in italiano al maschile per indicare la pentola di origine cinese che permette di cucinare con un uso limitato di grassi (cfr. TREC, s.v.). Il secondo blocco (*Napoli thai food*) invece è mistilingue italiano-inglese e presenta in italiano il riferimento all'elemento locale nel toponimo *Napoli*, mentre l'inglese si riferisce al tipo di cucina offerta (la cucina tailandese), tra l'altro utilizzando l'accorciamento *thai*. Si noti anche come il toponimo italiano *Napoli* sia utilizzato in funzione attributiva e collocato in prima posizione (invece di 'thai food napoleta-

no') secondo un modello formativo con il determinato a destra tipico dell'inglese e in generale delle lingue germaniche. Spicca anche la gerarchia tra i codici e tra i segmenti testo-visivi, in cui quello che contiene l'elemento dialettale è di dimensioni maggiori e attira di più l'attenzione, rappresentando anche graficamente il contenuto del wok, le pietanze saltate in questo tipo di padella.



Fig. 4: *Napoke*.
Gli elementi iconici, cromatici e testuali della scrittura esposta creano un neologismo a più livelli di lettura

Ancora più articolato e complesso l'esempio di "Napoke" (fig. 4), la cui interpretazione richiede più 'letture' successive. Si tratta di una stringa unica in cui, almeno inizialmente, può sfuggire la presenza del dialetto napoletano. Sono gli elementi visivi che 'costringono' a cercare nel nome del locale tracce di napoletanità. La stringa (unica) consta di un elemento iconico (un pallino rosso) e di un elemento testuale (*Napoke*, nome del locale nonché termine inesistente nel vocabolario italiano e, almeno a prima vista, poco trasparente): il pallino rosso del disegno è attraversato da una linea nera che traccia il profilo di un Vesuvio stilizzato, chiaro indizio visivo di napoletanità. Anche il colore è portatore di valori semantici: non solo divide visivamente la parola *napoke* in due elementi, *na* e *poke*, grazie all'uso di due colori diversi, ma rimanda immediatamente a Napoli, almeno alla Napoli calcistica, per la scelta cromatica dell'azzurro, colore sociale della Società Sportiva Calcio Napoli, e per l'elemento *na*. Si viene così indotti a riconsiderare la scrittura esposta per notare che quella che appariva inizialmente come una parola inventata è l'univerbazione di un elemento dialettale minimo, l'articolo indefinito femminile singolare del napoletano *na*, con il forestierismo gastronomico *poke* (anche *poké*/*pokè*), annoverato dal vocabolario Treccani tra i neologismi del 2020 e definito come "piatto tipico hawaiano a base di pesce crudo, guarnito anche con cereali, verdura, frutta, salse e altri ingredienti; spesso in combinazione con la voce ingl. bowl" (TREC, s.v.). Non solo: una rilettura più attenta spinge a riconoscere in *napoke* non solo l'unione del morfema grammaticale dialettale *na* con il sostantivo esogeno *poke* (*napoke* = 'una pokè'), ma anche una parola macedonia[20] molto ben riuscita, nata dall'amalgama, anzi dal "tamponamento" (cfr. Dardano/Trifone 1985: 345-346) di *Napoli* con *poke* grazie all'elemento ponte *-po-*. Il neologismo acquista quindi anche un valore semantico analogo a quello del "Napoli thai food" appena citato, nel senso della napoletanizzazione di un prodotto gastronomico della cucina globale e globalizzata come il pokè.

[20] In base alla definizione di Migliorini si intende per *parola macedonia* – con una connotazione evidentemente negativa – una parola formata "con una o più parole maciullate […] messe insieme con una parola intatta" o anche, come si evince dagli esempi da lui stesso citati (*Sepral* per Sezione Provinciale dell'Alimentazione), con semplici pezzi di altre parole, "nemmeno una sillaba intera, ma un paio di lettere" (Migliorini 1949: 89). Per una ricognizione delle varie posizioni teoriche sulle parole macedonia – spesso anche in contrasto tra loro – e per alcuni esempi dal lessico gastronomico italiano cfr. Pietrini (2012: 78-86).

Non sempre la presenza del dialetto negli ibridismi ludici presenti nel paesaggio linguistico napoletano si riduce alla dialettalità minima di singoli morfemi grammaticali. Particolarmente significativa è l'insegna del ristorante da asporto "Capatoast" (fig. 5), la cui denominazione si basa su un alimento genericamente 'universale' quale il toast. Si tratta di una scrittura esposta apparentemente priva di elementi dialettali, costituita da due blocchi testuali individuabili grazie ai diversi font utilizzati: il primo consta del solo lessema *capatoast*, termine almeno a prima vista inventato sulla base della giustapposizione dell'elemento *capa* con l'anglismo *toast*; il secondo blocco testuale consta invece del neologismo mistilingue *toasteria*. La coesione testo-visiva è garantita dallo sfondo unico grigio scuro e dal colore giallo costante dei font, elementi che racchiudono entrambi i blocchi testuali in una sola unità. Dal punto di vista dei codici utilizzati la seconda stringa contiene un ibridismo inglese-italiano (*toasteria*), formato secondo il modello già discusso in precedenza della base lessicale esogena (in questo caso *toast*) e del suffisso derivativo italiano *-eria*. Ciò rende immediatamente comprensibile per analogia il tipo di locale e di prodotto: si tratta di un locale di ristorazione adibito alla vendita di toast. Il destinatario cui si rivolge quest'unità testuale è un parlante imperfetto di entrambi i codici che, grazie a conoscenze di base e largamente condivise dell'italiano (basta essere in grado di decifrare europeismi quali *pizzeria* o *gelateria*) e dell'inglese (*toast*) saprà decodificare il contenuto informativo. Più complessa è l'interpretazione del lessema che funge da *heading*, messo in evidenza dalla dimensione dei caratteri. Il tipo di font "saltellante" evidenzia la connotazione ludica del termine, che può essere considerato una variante scherzosa di toast, eventualmente con un'associazione poco trasparente con il termine "capo" che anche parlanti non pienamente italofoni riescono probabilmente a decifrare. Ma l'insegna si trova a Napoli (nel quartiere residenziale Vomero), una città in cui il dialetto è ancora presente – anche se talvolta in maniera imperfetta – nel repertorio stratificato dei suoi abitanti (v. par. 1), e così il passante napoletano del quale l'insegna vuole attirare l'attenzione riconoscerà subito nel nome del locale il napoletano *capatosta*, termine del dialetto e dell'italiano regionale napoletano con il significato di 'testardo, cocciuto', mentre il turista non dialettofono – italiano o straniero che sia – non avrà difficoltà a individuare il tipo di locale, pur non potendo comprendere il doppiosenso ludico insito nella sua denominazione. La scrittura esposta crea quindi un doppio livello di lettura, nel quale il dialetto è implicito, sovrapposto come codice espressivo usato in maniera creativa.



Fig. 5: *Capatoast*.
Il dialetto è implicito e sovrapposto a italiano e inglese come codice espressivo

4. Prime conclusioni

Questo contributo si è concentrato su un uso per certi versi doppiamente nuovo del dialetto: scritto (e non principalmente orale), ma non nel senso della scrittura artistica o letteraria né tantomeno destinata alla comunicazione privata e informale come in alcune forme di scrittura dialogica della comunicazione mediata dal computer (la cosiddetta CMC), e pubblico, scrittura esposta dagli esercizi

commerciali attivi nell'ambito della ristorazione. Si riscontra una presenza del dialetto come elemento di costruzione dello spazio urbano più forte nelle aree del centro storico (non tanto in quanto zona popolare, ma soprattutto per il richiamo anche turistico di certi usi del dialetto), ma non limitata ad esse, anzi constatabile anche in quartieri periferici e residenziali (come il Vomero).

Il napoletano nelle scritture esposte cittadine non è attestato soltanto come mera citazione estemporanea e isolata da ogni contesto testuale, ma si rivela uno strumento significativo nella costruzione linguistica dello spazio urbano, presente non solo come singolo lessema, ma anche come elemento formativo e base di derivazione, come interiezione ("uanema"), semplice articolo (""O sushi", "'O wok", "O' talebano" ecc.), preposizione ("Addu Carmeniell") o avverbio ("Vai mo'", "MoMangi"), oltre che come nome proprio di persona, spesso in quanto ipocoristico e vezzeggiativo.

Quanto alle funzioni del dialetto nelle denominazioni commerciali e nelle insegne di esercizio, si riscontra una casistica eterogenea di ambiti, finalità e valori attribuiti e attribuibili al napoletano. Poco sorprendente è l'uso del dialetto come valore positivo per veicolare connotazioni di genuinità e di tradizione (insegne con riferimenti a tradizioni locali) e come simbolo dell'autenticità e della semplicità della cucina casereccia e casalinga (insegne con ipocoristici). Proprio come osservato da Stellino (2010) a proposito della presenza del dialetto nelle etichette dei vini, i nomi commerciali e le scritture esposte dei locali veicolano connotazioni di intimità familiare e di fedeltà alla tradizione caricando il dialetto di valori psicologici e facendone un mito del mondo tradizionale e della sua gastronomia.

Sarebbe però riduttivo vedere nel napoletano presente nel paesaggio linguistico della città solo un richiamo alla tradizione e ad atmosfere intime e familiari. L'analisi delle scritture esposte secondo un approccio di *linguistic landscape* permette di mostrare la città come spazio discorsivo in continuo mutamento, in cui si incontrano varietà linguistiche, identità e sottoculture diverse e i cui abitanti interagiscono tra loro e con i vari ospiti più o meno temporanei (si pensi ai flussi turistici di cui Napoli è sempre più oggetto) rinegoziando volta per volta la propria identità:

> The city becomes a place and a linguistic 'space' where discursive resources are mobilised to mediate between local and global demands through concrete resources available to language users in a specific linguistic landscape.
> (Fiorentino/Fruttaldo 2021: 13)

Spostando l'attenzione verso le scritture esposte multilingui che presentano almeno un elemento in dialetto, emerge la vocazione più innovativa del dialetto e la sua capacità di rinnovarsi e adattarsi a usi e bisogni della società globale

e globalizzata e di piegare il valore simbolico di tradizione e autenticità verso potenziali rinnovati. Sono molti i casi di contatto linguistico. Il dialetto è affiancato secondo modalità diverse, ma sempre consapevoli, a codici differenti. La commutazione di codici (se di commutazione si può parlare nel caso di una mescolanza che non avviene all'interno di uno scambio comunicativo interazionale e orale, ma nella scrittura esposta con un emittente anonimo e un destinatario generico e indeterminato) interessa segmenti di composizione e lunghezza variabile che vanno da intere frasi ("A muzzarella mia parla") a sintagmi di vario tipo (articolo più nome: "O' break"; preposizione + nome "D'è figliole" ecc.). Essa inoltre interessa diverse lingue, non limitandosi al caso della mescolanza di italiano e dialetto, ma estendendosi anche, e questo è il contributo più innovativo, alla commistione con l'inglese fino a stringhe multilingui che contengono più di due codici (tipicamente napoletano, italiano e inglese).

Per interpretare questo tipo di mistilinguismo tra napoletano e inglese è utile il riferimento ad alcuni concetti relativamente recenti della sociolinguistica della globalizzazione (Blommaert 2010), in particolare a una nuova concezione di repertorio linguistico e al concetto di "translanguaging" (Wei 2018), già applicato allo studio del paesaggio linguistico da Gorter/Cenoz (2015). In considerazione delle trasformazioni delle moderne metropoli in conseguenza dei flussi migratori e in generale della globalizzazione dagli anni Novanta in poi, Blommaert ha proposto un approccio sociopragmatico che considera la lingua come un complesso mobile di risorse concrete e mette al centro non tanto i rapporti tra sistemi linguistici diversi, ma l'uso situato e motivato che il parlante fa delle risorse linguistiche. In quest'ottica, il concetto di repertorio linguistico si modifica nel senso di un repertorio multilingue complesso formato da una serie di frammenti comunicativi appresi dal parlante durante percorsi di vita e ambienti diversificati e che non consistono necessariamente in lingue intere (in un repertorio stratificato un'acquisizione definitiva è impossibile), ma appunto in frammenti, che però per il parlante diventano risorse comunicative a tutti gli effetti (cfr. Blommaert/Backus 2011; Blommaert/Rampton 2011). Se il repertorio dei parlanti va inteso come complesso di risorse mobili e stratificate spesso incomplete, gli utenti attingono, per i loro scopi comunicativi, a tutte le risorse a propria disposizione pur senza averne una padronanza completa. È questa la chiave interpretativa della maggioranza degli esempi citati in questo contributo, in cui la mescolanza e il gioco di richiami tra varietà locali, nazionali e internazionali è proprio la cifra delle diverse traiettorie linguistiche che si incrociano sul territorio. Per la decodificazione dei segni multilingui presenti nello spazio urbano non è mai indispensabile la padronanza per così dire 'integrale' di

tutti i codici in gioco, ma è sufficiente una competenza frammentaria, in un certo senso superficiale, per poter attivare e mescolare le risorse a disposizione: un po' di inglese, simbolo e codice della modernità, dell'apertura, della globalizzazione; un po' di italiano; qualche vaga nozione di napoletano. Ecco quindi che il dialetto, accostato in maniera inedita a elementi diversi, acquista un valore nuovo di proiezione del locale in una dimensione globale e moderna, una sorta di connotazione *glocal* – per usare un termine alla moda – che può indicare una possibile direzione per il futuro del dialetto in una 'metropoli dialettale' come Napoli.

Bibliografia

Albano Leoni, Federico (2015), *Carmniell o' srngar. Osservazioni sulla ortografia ingenua del napoletano e sulle sue possibili implicazioni fonetiche*. In S. Dal Negro/F. Guerini/G. Iannàccaro (a cura di), *Elaborazione ortografica delle varietà non standard. Esperienze spontanee in Italia e all'estero*, Bergamo: University Press, 51-78

Albano Leoni, Federico/Dovetto, Francesca M. (2017), *Da Carmniell o' srngr a Semmentavecchia e Taplass. Tra soprannomi e 'gentilizi' dell'area metropolitana e isolana: valori culturali e documentari del territorio partenopeo*. In A. Aveta/B.G. Marino/R. Amore (a cura di), *La Baia di Napoli. Strategie integrate per la conservazione e la fruizione del paesaggio culturale*, Vol. 1. Napoli: artstudiopaparo, 432-436

Alfonzetti, Giovanna (2021), *MeCavaddu, fast food & grill bar: il dialetto (e non solo) nel paesaggio linguistico catanese*. In G. Bernini/F. Guerini/G. Iannàccaro (a cura di), *La presenza dei dialetti italo-romanzi nel paesaggio linguistico. Ricerche e riflessioni*, Bergamo: University Press, 41-58

Alfonzetti, Giovanna (2023), *Vuciata Kitchen Market. Il dialetto nel paesaggio linguistico siciliano*, Palermo: Centro di studi filologici e linguistici siciliani

Apicella, Teresa (2019), *Il dialetto nel paesaggio linguistico campano: il caso dei nomi degli esercizi commerciali*. «LId'O» 16, 103-115

Aprile, Marcello/Ortolano, Pierluigi (2024), *La variazione diatopica nella serialità italiana: i casi di* Romanzo criminale *e* Gomorra. In R. Librandi/R. Piro (a cura di), *I testi e le varietà*. XV Convegno dell'Associazione per la Storia della Lingua Italiana, Napoli, 21-24 settembre 2022, Firenze: Cesati, 641-652

Assessorato Agricoltura, *Prodotti tradizionali – Panuozzo*, < https://agricoltura.regione.campania.it/tipici/tradizionali/panuozzo.htm#:~:text=è%20una%20sorta%20di%20grande,%2C%20salumi%2C%20latticini%20e%20formaggi.> [10.02.2025]

Auer, Peter (2010), *Sprachliche Landschaften. Die Strukturierung des öffentlichen Raums durch die geschriebene Sprache*. In A. Deppermann/A. Linke (Hg.), *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*, Berlin/New York: de Gruyter, 271-298

Ben-Rafael, Eliezer *et al.* (2006), *Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: the case of Israel*. In D. Gorter (ed.), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Clevedon: Multilingual Matters, 7-30

Ben-Rafael, Eliezer/Shohamy, Elana/Barni, Monica (2010), *Linguistic Landscape in the city*, Bristol: Multilingual Matters

Bernini, Giuliano/Guerini, Federica/Iannàccaro, Gabriele (2021), *La presenza dei dialetti italoromanzi nel paesaggio linguistico*, Bergamo: Bergamo University Press

Berruto, Gaetano (2006), *Quale dialetto per l'Italia del Duemila? Aspetti dell'italianizzazione e risorgenze dialettali in Piemonte (e altrove)*. In A. Sobrero/A. Miglietta (a cura di), *Lingua e dialetto nell'Italia del Duemila*, Galatina: Congedo, 101-127

Berruto, Gaetano (2012), *Lingua nazionale e dialetti a 150 anni dall'unità d'Italia*. In P. Di Pretoro/R. Lukoschik (a cura di), *Lingua e letteratura italiana 150 anni dopo l'Unità*, München: Meidenbauer, 95-111

Blackwood, Robert J./Tufi, Stefania (2015), *The linguistic landscape of the Mediterranean. French and Italian coastal cities*, Houndsmill: Palgrave McMillan

Blommaert, Jan (2010), *The Sociolinguistics of Globalisation*, Cambridge: Cambridge University Press

Blommaert, Jan/Backus, Ad (2011), *Repertoires revisited: 'Knowing language' in Superdiversity*. «Working Papers in Urban Language & Literacies», Paper 67

Blommaert, Jan/Rampton, Ben (2011), *Language and Superdiversity*. «Diversities» 13(2), 1-21

Cambridge Advances Learner's Dictionary & Thesaurus (2020), *Cambridge Advances Learner's Dictionary & Thesaurus*, Cambridge: Cambridge University Press, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/learner-english/> [12.02.2025]

Dardano, Maurizio/Trifone, Pietro (1985), *La lingua italiana*, Bologna: Zanichelli

De Blasi, Nicola (2012), *Storia linguistica di Napoli*, Roma: Carocci

De Blasi, Nicola/Bianchi, Patricia/Librandi, Rita (1993), *I' te vurria parlà*, Napoli: Pironti

De Blasi, Nicola/Imperatore, Luigi (2000), *Il napoletano parlato e scritto*, Napoli: Dante & Descartes

De Blasi, Nicola/Montuori, Francesco (2020), *Una lingua gentile. Storia e grafia del napoletano*. Napoli: Cronopio

Fiorentino, Giuliana/Fruttaldo, Antonio (2021), *Language, change and cityscapes: an introduction*. In G. Fiorentino/A. Fruttaldo (a cura di), *Languaging the cityscape: changing linguistic landscapes in public discourses*, Firenze: Cesati, 9-18

Goria, Eugenio (2012), *Il dialetto nella comunicazione commerciale: il caso torinese*. In «RID» 36, 129-149

Gorter, Durk/Cenoz, Jasone (2015), *Translanguaging and linguistic landscapes*. «Linguistic Landscape» 1, 54-74

Gorter, Durk/Cenoz, Jasone (2024), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Bristol/Jackson: Multilingual Matters

Grossman, Maria/Rainer, Franz (a cura di) (2004), *La formazione delle parole in italiano*, Tübingen: Niemeyer

Kress, Gunther/van Leeuwen, Theo (2010), *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*, 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, 23-49

Lepschy, Anna L./Lepschy, Giulio (1986), *Die italienische Sprache*, Tübingen: Francke

Lubello, Sergio (2020), *Nuovi repertori e paesaggi linguistici: dialetti perduti, ritrovati, reinventati (con un poscritto)*. In S. Lubello/C. Stromboli (a cura di), *Dialetti reloaded. Scenari linguistici della nuova dialettalità in Italia*, Firenze: Cesati, 9-17

Maturi, Pietro (2006), *Le scritture esposte: dialettalità e multilinguismo sui muri di Napoli*. In N. De Blasi/C. Marcato (a cura di), *La città e le sue lingue. Repertori linguistici urbani*. Napoli: Liguori, 243-251

Maturi, Pietro (2023), *Napoli e la Campania*, Bologna: Il Mulino

Migliorini, Bruno (1949), *Uso ed abuso delle sigle*. In B. Migliorini, *Conversazioni sulla lingua italiana*, Firenze: Le Monnier, 86-90

Montuori, Francesco (2006), *L'area metropolitana di Napoli e la scrittura spontanea del dialetto*. In N. De Blasi/C. Marcato (a cura di), *Lo spazio del dialetto in città*. Napoli: Liguori, 175-210

Palermo, Silvia (2022), *Il paesaggio delle valli. Il linguistic landscape dell'Alto Adige/Südtirol*, Napoli: ESI

Pietrini, Daniela (2012), *Tra un'apericena e un frushi: le nuove abitudini gastro-linguistiche degli italiani*. In D. Pietrini/S. Natale/N. Puccio/T. Stellino (a cura di): "*Noio volevàn savuàr*". Studi in onore di Edgar Radtke per il suo sessantesimo compleanno/Festschrift für Edgar Radtke zu seinem 60. Geburtstag, Frankfurt a. M.: Peter Lang, 77-95

Pietrini, Daniela (2017a), *Ham Bell' – Il dialetto napoletano tra tradizione e globalizzazione, conferenza nell'ambito della giornata di studi Napoli: le mille voci di una metropoli contemporanea*, Università di Halle-Wittenberg, 9 maggio 2017 (manoscritto inedito, resoconto in «Italienisch» 77, 133-135)

Pietrini, Daniela (2017b), *Be spettu: Italienische Dialekte im 21. Jahrhundert zwischen Code-Switching und Polylnguaging*, conferenza nell'ambito del ciclo *Sprachen in Kontakt* dell'Università di Augsburg, 28 giugno 2017 (manoscritto inedito)

Pietrini, Daniela (2017c), *Italienische Dialekte heute: neue Formen des Kontakts?*, conferenza nell'ambito della Ringvorlesung *Kontakt* dell'Università di Heidelberg, 27 luglio 2017 (manoscritto inedito)

Pietrini, Daniela (2017 ss.), *DialNap – Lo spazio del dialetto a Napoli*. In C. Purschke/P. Gilles (2016 ss.), *Lingscape*, <https://lingscape-app.uni.lu>

Pietrini, Daniela (2020), *Dialetto e fantadialetto nel fumetto italiano: l'esempio del napoletano*. In S. Lubello/C. Stromboli (a cura di), *Dialetti reloaded. Scenari linguistici della nuova dialettalità in Italia*, Firenze: Cesati, 143-166

Pietrini, Daniela (2021), *Neapel und das Neapolitanische in der zeitgenössischen Comic-Kultur*. «Zibaldone» 72, 129-143

Pietrini, Daniela/Setti, Raffaella (2024), *A casella bianca se vede pecché ce sta 'a casella nera. È la magica sintonia! – 5 è il numero perfetto: dal graphic novel al film*. In R. Librandi/R. Piro (a cura di), *I testi e le varietà*. XV Convegno dell'Associazione per la Storia della Lingua Italiana, Napoli, 21-24 settembre 2022, Firenze: Cesati, 625-640

Purschke, Christoph/Gilles, Peter (2016 ss.). *Lingscape – Citizen science meets linguistic landscaping*, Esch-sur-Alzette: University of Luxembourg. <https://lingscape-app.uni.lu>

Radtke, Edgar (1997), *I dialetti della Campani*, Roma: Il Calamo

Riolo, Salvatore (2008), *Ipocoristici e altre manipolazioni onomastico-letterarie*. «Onomastica & Letteratura» 10, 155-168

Rocco, Emmanuele (2018), *Vocabolario del dialetto napoletano* (a cura di A. Vinciguerra), Firenze: Accademia della Crusca

Scaglione, Francesco (2017), *Dialetto e Linguistic Landscape: il caso delle insegne delle attività commerciali a Palermo*. In G. Marcato (a cura di), *Dialetto uno nessuno e centomila*, Padova: Cleup, 185-196

Sebba, Mark (2012), *Researching and theorising multilingual texts*. In M. Sebba/S. Mahootian/C. Jonsson (eds.), *Language mixing and code-switching in writing: approaches to mixed-language written discourse*, New York/London: Routledge, 1-27

Sebba, Mark (2013), *Multilingualism in written discourse: An approach to the analysis of multilingual text*. «International Journal of Bilingualism» 17 (1), 97-118

Serianni, Luca (1989), *Grammatica italiana. Italiano comune e lingua letteraria*, Torino: Utet

Scollon, Ron/Scollon, Suzie Wong (2003), *Discourses in place: Language in the material world*, London/New York: Routledge

Shohamy, Elana/Gorter, Durk eds. (2008), *Linguistic Landscape. Expanding the scenery*, New York/London: Routledge

Stellino, Till (2010), *Kommunikations- und Sachwandel in der süditalienischen Weinproduktion: Eine Neukonzeption von Wörter und Sachen*, Frankfurt a.M.: Peter Lang

Stromboli, Carolina (2022), *Il dialetto sul grande schermo. Il napoletano nella storia del cinema italiano*, Firenze: Cesati

TREC = Vocabolario Treccani Online, < https://www.treccani.it/vocabolario/> [12.02.2025]

Variano, Angelo (2019), *Il furbesco della fiction. La lingua di* Gomorra – *La serie*. «Lingue e Linguaggi» 30, 285-305

Wei, Li (2018), *Translanguaging as a Practical Theory of Language*. «Applied Linguistic» 39(1), 9-30

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 37-66 | ISSN 1124-3724

Martina Bellinzona

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

This study presents the results of a teaching experiment conducted within a university course in "Translation Theory and Technique". Through a module dedicated to Linguistic Landscape, students were involved in practical activities of collection, analysis and creation of multilingual urban signs. The course allowed them to integrate theoretical knowledge with translation, linguistic and semiotic skills. The results suggest that an approach based on Linguistic Landscape fosters the development of multidimensional translation competence, allowing students to critically reflect on the linguistic and translation choices adopted in urban and commercial contexts, with relevant implications for the training of future translators and cultural mediators.

Translating urban space:
the Linguistic Landscape as a teaching laboratory

[Linguistic Landscape; multilingualism; translation competence; learning-by-doing approach; higher education pedagogy]

1. Introduzione

La città può essere letta come un testo in continua evoluzione (Dagenais *et al.* 2009), un mosaico di segni linguistici, culturali e visivi che raccontano le storie, le identità e le dinamiche sociali delle persone che la abitano. In questo senso, lo spazio urbano non è solo un luogo fisico, ma un autentico spazio traduttivo (Koskinen 2013), in cui le lingue interagiscono, si sovrappongono, si mescolano e si traducono, sia letteralmente sia metaforicamente. Ogni insegna, cartello o volantino che incontriamo nel paesaggio linguistico urbano – il cosiddetto *Linguistic Landscape* (LL) – rappresenta un atto di comunicazione multilingue e multimodale, che traduce significati per pubblici diversi e riflette le relazioni di potere, le politiche linguistiche e le pratiche culturali di una determinata società (Blackwood/Tufi 2015, Hult 2018, Shohamy 2006). Il LL, pertanto, non è un semplice sfondo neutrale delle nostre città, ma un campo di interazione dinamica, in cui le lingue assumono valore simbolico, negoziano la loro posizione sociale e contribuiscono a costruire la percezione dello spazio e delle identità (Ben-Rafael *et al.* 2006; Blackwood/Lanza/Woldemariam 2016; Lefebvre 1991).

Per i *Translation Studies* (TS), che da tempo hanno permesso di spostare l'interesse sulla traduzione intesa come pratica culturale (Bassnett 2014; Munday 2001; Venuti 1995), il LL offre una prospettiva particolarmente fertile per studiare il ruolo delle lingue nella mediazione culturale e nella creazione di significati condivisi. L'intersezione tra i TS e il LL rivela come la traduzione non sia confinata al passaggio linguistico tra un testo scritto e un altro, ma si estenda alla dimensione visiva, spaziale e politica dei segni, evidenziando l'importanza delle scelte traduttive nella costruzione dell'esperienza urbana. Pertanto, l'esplorazione del LL può trasformarsi in un potente strumento pedagogico per sviluppare competenze traduttive avanzate, favorendo una riflessione critica sulle implicazioni della traduzione e sull'interazione tra lingue e culture nello spazio pubblico.

Questo studio nasce proprio da un'esperienza didattica condotta nell'ambito di un corso universitario di "Teoria e tecnica della traduzione", in cui la realizzazione di un modulo dedicato al LL ha stimolato negli studenti una maggiore competenza e consapevolezza traduttiva (Diadori 2022; PACTE 2003), nonché lo sviluppo di competenze di analisi critica. Gli studenti, in tal senso, hanno partecipato a una serie di attività pratiche, tra cui l'osservazione diretta del LL urbano e universitario attraverso la raccolta e l'analisi di segni linguistici, l'approfondimento delle scelte traduttive e grafiche nei testi raccolti, e la creazione di insegne e volantini plurilingui per un ipotetico esercizio commerciale.

Il contributo si propone di analizzare gli esiti di tali attività, concentrandosi in particolare sui segni creati dagli studenti, considerandoli non solo come risultati didattici, ma anche come strumenti per comprendere le scelte linguistiche in relazione alla creazione dei segni e le modalità in cui gli individui interpretano e rielaborano il multilinguismo nello spazio urbano.

L'obiettivo principale del contributo è, anzitutto, quello di riflettere sulle molteplici opportunità educative offerte dall'impiego pedagogico del LL e, più nello specifico, esplorare le implicazioni del LL per lo sviluppo delle competenze traduttive. Attraverso l'analisi dei materiali prodotti nel corso della sperimentazione didattica, inoltre, il presente articolo intende contribuire alla comprensione del valore del LL come spazio educativo e traduttivo, offrendo nuove prospettive per l'insegnamento della teoria (e della pratica) della traduzione in contesti plurilingui e pluriculturali.

Nelle prossime pagine, dunque, verrà presentata la letteratura di riferimento (§ 2) in relazione al paesaggio linguistico, esplorato sia nella sua componente traduttiva sia in quanto strumento pedagogico nella didattica delle lingue e per la traduzione. Successivamente si procederà con la descrizione della sperimen-

tazione didattica (§ 3), evidenziandone obiettivi e fasi di sviluppo. Alla presentazione dei partecipanti allo studio e dei loro atteggiamenti linguistici e conoscenze traduttive iniziali (§ 4) seguirà una panoramica dei risultati (§ 5): in particolare verranno prima presentati i segni realizzati dagli studenti da una prospettiva generale e semiotica (§ *5.1*), per poi procedere con un'analisi linguistica (§ *5.2*) e traduttiva (§ *5.3*). Il contributo si concluderà (§ 6) con una riflessione sulle potenzialità dell'utilizzo del LL in contesti universitari e in percorsi di formazione linguistica in relazione allo sviluppo di competenze traduttive.

2. Il paesaggio linguistico come spazio traduttivo e strumento pedagogico

Gli effetti linguistici di migrazioni e globalizzazione, le manifestazioni di politiche linguistiche, *de iure* e *de facto*, le forme e le funzioni assunte dalla coesistenza e dall'interazione delle varietà linguistiche nello spazio pubblico, in particolare urbano, sono sempre stati al centro della riflessione e dell'analisi del paesaggio linguistico (Gorter/Cenoz 2024). Gorter (2006), introducendo questo filone di ricerca, definiva il LL proprio come un nuovo approccio al multilinguismo. D'altronde, le città sono il luogo del contatto, della superdiversità (Backhaus 2007; Blommaert 2013; Hélot *et al.* 2012; Vertovec 2007) e le pareti, i muri, i segni che ne popolano le vie rivelano le strategie utilizzate dai parlanti e dagli attori sociali per mediare identità e appartenenze in contesti caratterizzati da pluralità linguistica (Dagenais *et al.* 2009).

Da tale premessa si evince come il LL implichi, quasi inevitabilmente, una dimensione traduttiva, intesa non soltanto come prodotto, come resa esplicita di contenuti da una lingua all'altra ma anche, e forse soprattutto, come processo sotteso di negoziazione di significati, di adattamento e ri-significazione dei testi scritti nell'ambiente urbano (Scollon/Scollon 2003; Püt/Mundt 2019). Sebbene la traduzione non sia sempre tematizzata in modo diretto, essa permea ogni riflessione sul LL, in quanto connessa a questioni di *authorship* (Malinowski 2009), di ideologie e dinamiche di potere legate alle lingue (Backhaus 2007), di strategie comunicative e scelte linguistiche e semiotiche (Jaworski/Thurlow 2010).

Per gettare luce sulla presenza di traduzioni nel LL si è rivelata particolarmente utile la tassonomia proposta da Reh (2004) la quale, analizzando le strategie di disposizione multilingue osservate nel LL di Lira Town in Uganda, distingue tra testi duplicati, frammentati, sovrapposti e complementari. In un testo duplicato la medesima informazione è fornita interamente in due (o più) lingue, manifestandosi in una traduzione integrale, mentre in un testo complementare le diverse lingue vengono mischiate tra loro dando luogo a segni multilingui in cui non

vi è una traduzione ma casi di *code-switching* o *code-mixing*. Tra questi due estremi vi sono i testi frammentati, in cui l'intero contenuto è veicolato in una sola lingua ma parte dell'informazione è tradotta in uno o più codici linguistici, e testi sovrapposti, in cui le due versioni linguistiche danno le stesse informazioni ma, entrambe, offrono anche contenuti aggiuntivi. Alcuni autori (ad esempio Spolsky 2009) hanno ritenuto appropriato condensare in un'unica categoria i segni frammentati e sovrapposti, considerandoli casi di traduzione parziale (Edelman 2010) ma, in generale, la proposta di classificazione di Reh appare strategica quando si indaga su *cosa* venga tradotto nel LL, pur mancando di approfondimento sul *come* venga portata in essere la traduzione stessa.

È in tal senso che la riflessione interna ai TS (Munday 2001) si interseca con lo studio del LL, in quanto diverse strategie e tecniche traduttive sono riconoscibili nei segni multilingui visibili nello spazio urbano. Non si tratta, semplicisticamente, di distinguere tra traduzioni parola per parola o libere (Edelman 2010), ma di scorgere il manifestarsi di approcci più *target-oriented* o più *source-oriented*, più addomesticanti o più stranianti (Venuti 1995), e di interpretare le scelte traduttive in un'ottica di inclusione o esclusione, di rappresentazioni identitarie e simboliche, di dinamiche sociali ed economiche, o della tensione tra assimilazione e accomodamento (Cronin 2006). Si tratta, in altre parole, di interrogarsi anche sul *perché* una traduzione, parziale o integrale, trovi posto in un paesaggio linguistico. Come afferma Shohamy (2006: 110), "the presence (or absence) of language displays in public space communicates a message, intentional or not, that affects, manipulates or imposes de facto language policy and practice" e lo stesso vale per la presenza o meno di una traduzione. Le condizioni grazie a cui la traduzione trova visibilità nel LL si legano alla competenza plurilingue degli autori, al pubblico target cui i segni si rivolgono, al valore simbolico associato alle lingue (Spolsky/Cooper 1991), ma anche alle relazioni di potere circolanti in una società, a quelle economiche, alla volontà di manifestare un'identità collettiva o di prenderne le distanze (Ben-Rafael 2009).

Il campo di studi del LL e i TS presentano molteplici punti di sovrapposizione ma, come evidenziato tra gli atri da Koskinen (2013), l'ampiezza di tali sovrapposizioni ne rende complessa una sintesi. Da un lato, numerosi studi si sono concentrati sui segni del LL come prodotti testuali, indagando ad esempio le modalità di resa dei *realia* nei menù (Amenador/Wang 2023), la traduzione negli avvisi informali in spazi pubblici (Algryani 2021) o più in generale la traduzione di testi turistici (Diadori 2022). Dall'altro, approcci più critici o postmodernisti, tra cui quello adottato da Malinowski (2019), considerano la

traduzione nel LL non soltanto come risultato, ma come processo complesso, etico e relazionale, incentrato sulla figura del traduttore e sul contesto sociale in cui opera. Lo stesso Malinowski riporta di un progetto universitario in cui gli studenti collaborano con l'amministrazione locale per tradurre concretamente i segni della città, facendo della traduzione un'azione pubblica e partecipata. In tal modo, il LL non solo funge da input autentico, offrendo un ricco materiale da analizzare dal punto di vista linguistico e socioculturale, ma costituisce anche un laboratorio educativo in cui mettere alla prova competenze plurilingui, sensibilità interculturali e consapevolezza critica sulle dinamiche di potere insite nell'uso delle lingue nello spazio urbano.

Del resto, come sostiene Shohamy (2019) l'ambito educativo è uno dei cinque temi principali che caratterizzano lo sviluppo del campo di studi del LL. A partire dal pionieristico lavoro di Cenoz/Gorter (2008), infatti, sempre più studiosi e docenti hanno impiegato il LL come strumento pedagogico, in grado di favorire lo sviluppo di numerose competenze e abilità (si vedano le recenti miscellanee sul tema a cura di Melo-Pfeifer 2023 e Krompák/Fernández-Mallat/Meyer 2022). Attività didattiche basate sul LL possono articolarsi in varie modalità: con la presentazione, a cura del docente, di input e schede didattiche atte a guidare la riflessione su determinati elementi linguistici (Palermo/Sgambati 2024); con l'esplorazione diretta, da parte degli studenti, del LL urbano e la successiva analisi (Malinowski 2015); o con la progettazione e la modifica dello schoolscape (Carbonara/Scibetta 2020).

Uno degli elementi distintivi del LL come strumento pedagogico è la sua capacità di collegare teoria e pratica. Attraverso l'osservazione e l'analisi dei segni linguistici nello spazio pubblico, gli studenti (di qualunque età) hanno l'opportunità di confrontarsi direttamente con la complessità delle dinamiche linguistiche e culturali, sviluppando competenze pragmatiche, sociolinguistiche e interculturali, consapevolezza linguistica (Dagenais *et al.* 2009) e metalinguistica (Cenoz/Leonet/Gorter 2022). Un aspetto particolarmente rilevante del LL in ambito educativo è la possibilità di esplorare la multimodalità. I testi presenti nel LL, infatti, sono multimodali, in quanto combinano elementi linguistici, visivi e spaziali per comunicare significati (Kress/van Leeuwen 2006). Questo offre agli studenti un'occasione unica per sviluppare una comprensione olistica della comunicazione e delle sue diverse modalità.

L'approccio esperienziale alla base delle attività, inoltre, agisce come sostegno alla motivazione e abbassamento del filtro affettivo anche in relazione all'apprendimento linguistico (Arnold 2019), agendo da stimolo per la creatività e la curiosità. Uno degli ambiti in cui più spesso è stato impiegato il LL è, infatti, in relazione alla

didattica delle lingue. Se in un primo momento sono proliferati gli studi incentrati sull'insegnamento/apprendimento della lingua inglese come lingua straniera (Sayer 2010; Solmaz/Przymus 2021), oggi abbiamo a disposizione una ricca bibliografia anche in relazione a diverse altre lingue: Gavagnin (2022), ad esempio, ne tratta in relazione all'insegnamento dell'italiano, Ma (2018) dello spagnolo, e Palermo/Sgambati (2024) del tedesco. Quest'ultimo riferimento è di particolare interesse in questo contesto in quanto buona parte delle schede didattiche presentate dalle studiose è incentrata proprio sull'aspetto traduttivo. È a partire da queste sollecitazioni che ha preso piede la sperimentazione didattica oggetto di discussione in questo contributo, e della quale si darà riscontro nel successivo paragrafo.

3. Il percorso didattico: obiettivi e fasi

Questo studio, come anticipato, nasce da un'esperienza didattica condotta nell'ambito del corso di "Teoria e tecnica della traduzione" del percorso di laurea triennale in Mediazione Linguistica e Culturale (Curriculum: Traduzione in ambito turistico imprenditoriale) dell'Università per Stranieri di Siena. L'obiettivo principale era quello di sensibilizzare gli studenti al LL e di sviluppare in loro una maggiore competenza traduttiva, attraverso un approccio esperienziale che li rendesse al contempo osservatori critici e agenti attivi nella trasformazione dello spazio linguistico.

Il concetto di competenza, intesa come un insieme di conoscenze, abilità e atteggiamenti necessari per agire efficacemente in determinati ruoli e situazioni (Mulder *et al.* 2009), è stato applicato alla traduzione solo di recente (Toury 1984). Con competenza traduttiva intendiamo "the underlying system of knowledge and skills needed to be able to translate" (PACTE 2003: 44), in altre parole l'abilità di sapere come tradurre grazie a una gamma di conoscenze dichiarative e procedurali.

A partire della seconda metà degli anni Ottanta del secolo scorso sempre più studiosi hanno esplorato la competenza traduttiva, delineandone la complessità e multidimensionalità, tentando di descriverne le componenti (Hurtado Albir 2017; Nord 2005), focalizzandosi su specifiche sotto-competenze (Tomozeiu *et al.* 2016) o cercando un modo per misurarla e valutarla, anche in un'ottica educativa (Orozco 2000). Esistono vari modelli teorici che mirano a descrivere in modo olistico la competenza traduttiva (ad esempio Bell 1991 o Risku 1998); tuttavia, quello sviluppato dal gruppo PACTE (acronimo di *Process of Acquisition of Translation Competence and Evaluation*) appare come il più sistematico e completo. Tale modello, implementato e testato con sperimentazioni empiriche, si articola in cinque sotto-competenze, sia dichiarative sia procedurali, come raffigurato nello schema nella fig. 1.

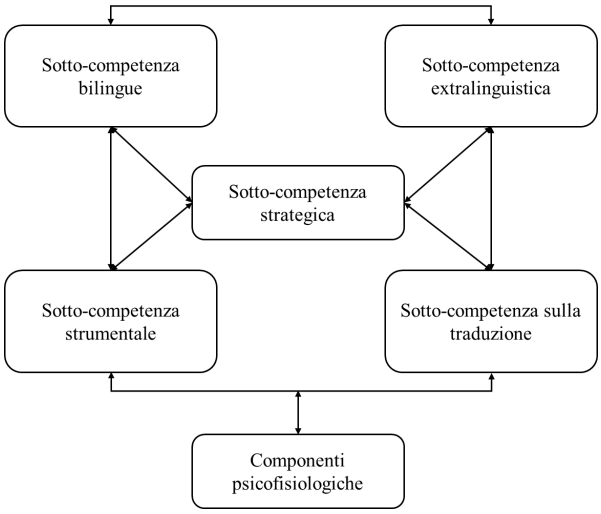


Fig. 1: Modello della competenza traduttiva (PACTE 2003, nostra traduzione)

Come si può osservare, tutte le sotto-competenze sono strettamente interconnesse perché la traduzione è vista come un'attività altamente complessa, che richiede l'interazione simultanea di vari tipi di conoscenze, abilità e processi cognitivi. Il modello rende evidente come la competenza traduttiva non sia una somma di competenze separate, ma un sistema integrato e dinamico. Anzitutto vi è inclusa una sotto-competenza bilingue, intesa come la padronanza della lingua di partenza e di arrivo, in relazione a conoscenze lessicali, grammaticali, sociolinguistiche, testuali e pragmatiche e, più in generale, a conoscenze procedurali essenziali alla comunicazione interlinguistica (PACTE 2005). La competenza bilingue è, però, uno e solo uno degli elementi della competenza traduttiva, da sviluppare al pari delle altre competenze.

La sotto-competenza extralinguistica si riferisce, infatti, alle conoscenze generali del mondo, per lo più dichiarative, esplicite e implicite, del contesto culturale, sociale e storico delle lingue in questione. Al centro dello schema vi è la sotto-competenza strategica, la quale include principi metodologici e conoscenze procedurali necessarie a tradurre in modo appropriato ed efficiente, e che permettono di identificare e risolvere di volta in volta le eventuali problematiche traduttive. La sotto-competenza strumentale si riferisce alla capacità di utilizzare fonti di informazione e di documentazione, strumenti, risorse e tecnologie per supportare il processo traduttivo (ad esempio dizionari, corpora ecc.). Infine, la sotto-competenza sulla traduzione prevede principalmente conoscenze dichia-

rative sia sulla traduzione stessa, sia su aspetti legati alla professione. A queste cinque competenze vanno ad aggiungersi componenti psicofisiologiche cognitive (ad esempio la memoria, l'attenzione e l'emozione), aspetti attitudinali (la curiosità, lo spirito critico, la fiducia in sé) e abilità (la creatività, il ragionamento logico).

Come evidente, dunque, la formazione della competenza traduttiva richiede non solo un'ampia varietà di conoscenze teoriche e dichiarative, ma anche un costante esercizio in contesti autentici, al fine di acquisire conoscenze pratiche e procedurali. A tal proposito, il LL rappresenta un'opportunità unica per integrare queste dimensioni in un ambiente di apprendimento stimolante (Algryani 2022; Algryani/Syahrin 2021; Malinowski 2019; Palermo/Sgambati 2024).

Seguendo la prospettiva di Sayer (2010), gli studenti coinvolti nella sperimentazione sono stati invitati ad assumere un duplice ruolo: da un lato, come *language detectives*, incaricati di esplorare e analizzare il paesaggio linguistico che li circonda, dall'altro, come attori consapevoli della produzione linguistica, chiamati a progettare nuovi segni plurilingui.

Il percorso didattico, riassunto nella tab. 1, è stato articolato in cinque fasi distinte, ciascuna con obiettivi e metodologie specifiche, per un totale di 10 ore di attività in aula, integrate da momenti di lavoro autonomo. La sequenza delle attività ha seguito un'impostazione progressiva, che ha portato gli studenti dalla fase osservativa e analitica alla realizzazione autonoma di testi plurilingui.

Fase	Titolo	Obiettivi	Attività e metodi
1	Sulle tracce delle lingue: esplorare l'università con occhi nuovi	1. Acquisire le basi teoriche dello studio del LL 2. Sviluppare competenze nell'uso di strumenti digitali per l'analisi del LL 3. Prendere consapevolezza del LL nell'ambiente universitario	• Introduzione teorica al LL, con particolare attenzione alle tipologie di segni linguistici e alle loro funzioni sociopragmatiche • Formazione sull'uso dell'app Lingscape[1] per la documentazione dei segni • Attività pratica in gruppi: esplorazione del contesto universitario alla ricerca di segni plurilingui e tradotti, con raccolta di immagini e dati

[1] Lingscape è un'app mobile che permette agli utenti di documentare, analizzare e condividere i segni presenti nel LL (Purschke 2017). È possibile caricare le fotografie dei segni su una

2	Lingue in città: viaggio alla scoperta della diversità nello spazio urbano	1. Espandere la prospettiva sugli studi di LL 2. Sviluppare consapevolezza della diversità linguistica e culturale nello spazio urbano	• Partecipazione a un convegno sul tema LL e riflessione critica, con elaborazione di un report conclusivo, sulle prospettive di ricerca • Attività di esplorazione individuale del LL cittadino, con raccolta di segni attraverso Lingscape • Documentazione e selezione di segni ritenuti particolarmente rilevanti dal punto di vista traduttivo
3	Decifrare il codice: leggere e interpretare i segni urbani	1. Acquisire competenze nell'analisi semiotica dei segni 2. Comprendere le strategie comunicative di testi multimodali	• Analisi dei segni raccolti sulla base delle tassonomie presenti su Lingscape[2] • Discussione collettiva sulle scelte linguistiche, semiotiche, visive e pragmatiche adottate nei diversi contesti urbani • Riflessione sulle implicazioni sociolinguistiche e sulle gerarchie tra lingue

mappa geolocalizzata, corredandole di metadati e taggandole con informazioni aggiuntive fondamentali per un'analisi linguistica e semiotica. Si tratta di uno strumento particolarmente utile in ambito didattico, poiché consente non solo di contribuire al database pubblico, ma anche di creare progetti dedicati, riservati a gruppi specifici — come è avvenuto nel caso della sperimentazione qui descritta.

[2] All'interno dell'app Lingscape sono presenti numerose tassonomie, sistemi di classificazione che permettono di descrivere in modo strutturato i segni raccolti. Ogni segno fotografato può essere etichettato secondo diverse categorie predefinite, come ad esempio lingue presenti, alfabeti, tipo di segno (insegna, cartello, graffito, ecc.), materiale, funzione comunicativa o disposizione multilingue.

4	Tradurre la città: strategie e scelte traduttive nei segni urbani	1. Riconoscere la traduzione nel LL 2. Sviluppare competenze analitiche nella valutazione delle strategie traduttive 3. Riflettere sul rapporto tra traduzione e LL	• Approfondimento sulle caratteristiche della traduzione nel LL • Analisi critica dei segni raccolti, con particolare attenzione alle scelte traduttive adottate, a strategie e tecniche utilizzate, e ai loro effetti sulla comunicazione e sull'accessibilità del messaggio
5	Creare il proprio segno: diventare autori del paesaggio linguistico	1. Applicare le competenze acquisite nella progettazione di testi plurilingui 2. Riflettere sull'efficacia comunicativa e traduttiva dei testi visivi	• Attività di produzione creativa: ogni studente ha estratto a sorte un tipo di esercizio commerciale e ha progettato un segno del LL in più lingue, tenendo conto del contesto, del pubblico target e delle strategie traduttive più efficaci

Tab. 1: Fasi di sviluppo, contenuti e obiettivi della sperimentazione didattica

In relazione all'ultima attività, quella su cui verrà proposto un approfondimento, è bene specificare come le tipologie di esercizio commerciale a disposizione fossero le seguenti: abbigliamento, animali, bar, borse, gelateria, giochi, gioielleria, libreria, ottica, ristorante, scarpe. Agli studenti è stata lasciata la possibilità di scegliere la tipologia di segno da realizzare (insegna di negozio, cartellone pubblicitario, ecc.) e la sede in cui ipotizzarne l'apertura, purché legata al percorso di studi e alle lingue del repertorio. Non sono inoltre state date indicazioni sulle strategie traduttive da impiegare, al fine di verificare l'effettiva acquisizione delle competenze oggetto di insegnamento. Infine, è stato chiesto di specificare e motivare le scelte linguistiche, semiotiche e traduttive effettuate attraverso una breve produzione scritta.

4. Partecipanti e consapevolezza traduttiva iniziale

Alla sperimentazione hanno preso parte 36 studenti, di cui 29 femmine e 7 maschi, con un'età media di 20,5 anni. Si tratta di studenti con repertori fortemente plurilingui, sia per usi linguistici in contesto familiare, sia per percorso di studi.

Tutti gli studenti, infatti, hanno nel piano di studi due o tre lingue, soprattutto inglese (30 partecipanti) e spagnolo (18 partecipanti), come si può osservare dal grafico in fig. 2.

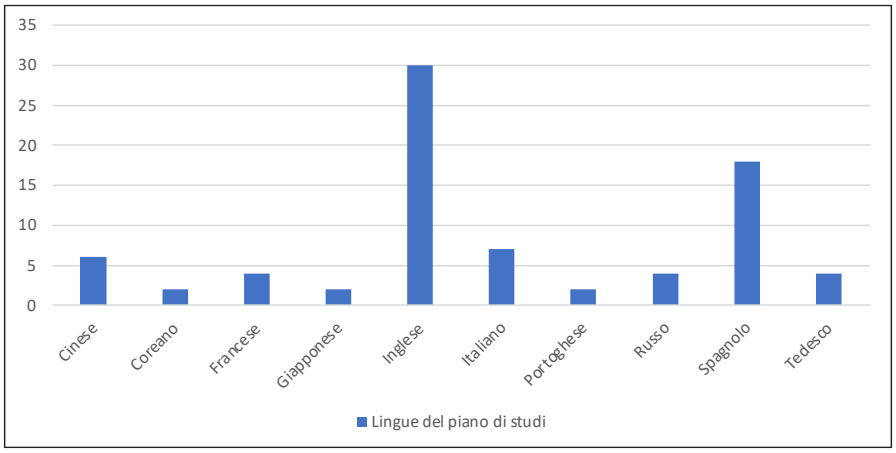


Fig. 2: Lingue indicate come parte del piano di studi dai partecipanti[3]

All'inizio del corso i partecipanti hanno mostrato una limitata consapevolezza della pluralità linguistica e semiotica esposta nel LL e, soprattutto, della complessità del processo traduttivo in generale. Di seguito, nella tab. 2, si riportano i dati, estratti da un questionario somministrato durante la prima lezione, in cui viene dettagliata la media, su una scala Likert da 1 a 5, della consapevolezza (3 scale) e degli atteggiamenti (1 scala) verso il LL[4].

	N	Media	Deviazione std.
Scala LL	34	3,7180	,48508
Consapevolezza delle lingue nel LL	34	3,5588	,63978
Consapevolezza dei segni nel LL	34	3,7721	,72396
Consapevolezza dei significati delle lingue nel LL	34	3,3922	,47960
Atteggiamenti verso il multilinguismo esposto[5]	34	4,1397	,68587

Tab. 2: Numero assoluto rispondenti, media e deviazione standard per le scale di consapevolezza e atteggiamenti verso il LL

[3] Sette partecipanti erano studenti, apprendenti di italiano, in mobilità Erasmus per il semestre.
[4] Due partecipanti alla sperimentazione non hanno compilato il questionario iniziale.
[5] Ciascuna scala prevede 4 items, di cui due a polarità positiva e due a polarità inversa.

Come si può osservare, pur dimostrando atteggiamenti positivi verso il multilinguismo esposto (M=4.139), i dati iniziali hanno evidenziato un limitato grado di consapevolezza dei segni (M=3.772) e delle lingue presenti nei paesaggi linguistici (M=3.558). In particolare, si osserva una scarsa cognizione della dimensione simbolica dell'uso linguistico nel LL, dei significati nascosti e delle molteplici funzioni, diverse da quella meramente informativa, della traduzione e del multilinguismo esposto (M=3.392).

Una tendenza simile si osserva prendendo in considerazione le definizioni fornite dagli studenti, in un primo momento, in relazione al concetto di traduzione. Da queste emerge, infatti, una spiccata propensione nei confronti della trasmissione di significato da una lingua all'altra ma, al tempo stesso, una pressoché totale assenza di riflessione verso la dimensione culturale della traduzione e verso il potenziale di altri dispositivi semiotici per la trasmissione di significati. Le risposte degli studenti riflettono principalmente una visione tradizionale e "classica", non menzionando aspetti più complessi e dinamici della traduzione moderna, come la creatività, le strategie adattive, e la centralità del contesto e dello scopo.

Tra i concetti più menzionati vi è quello di fedeltà al messaggio originale: molte risposte enfatizzano questo concetto, ovvero la necessità di riportare "quanto più fedelmente possibile" il messaggio o il significato originario, con un'idea di traduzione intesa come trasferimento preciso e accurato di contenuti (es. "Riportare quanto più fedelmente un concetto da una lingua a un'altra"; "trasmettere le stesse informazioni mantenendo gli stessi significati"). Al tempo stesso, emerge l'idea di centralità del messaggio/senso (es. "Trasmettere il senso del comunicato utilizzando un altro codice"). Alcune risposte mettono in evidenza l'obiettivo comunicativo della traduzione: far sì che un messaggio diventi comprensibile per un destinatario in un contesto diverso (es. "Tradurre significa riportare un messaggio in un modo comprensibile"). Infine, sebbene non sia un tema dominante, alcune risposte riconoscono come la traduzione implichi anche una mediazione culturale e non solo linguistica (es. "aiuto attraverso la mediazione con persone di lingue e culture diverse").

Ciò che è mancato nelle riflessioni iniziali, tra le varie cose, è un riferimento alla creatività, all'adattamento, aspetti questi fondamenti per mantenere l'impatto originale nel nuovo contesto culturale. Al testo stesso, sono mancati riferimenti alle funzioni del testo tradotto, alla cosiddetta teoria dello scopo, secondo cui la traduzione deve essere funzionale al contesto d'uso del testo nella lingua di arrivo (Nord 2001). Le risposte fornite sembrano inoltre presupporre che vi sia un'unica modalità di traduzione (riportare fedelmente il messaggio), mentre i TS evidenziano la

pluralità delle strategie traduttive, le quali possono privilegiare, ad esempio, l'adattamento culturale o la conservazione degli elementi "stranieri" e stranianti (Munday 2001). Dalle definizioni non emerge, inoltre, l'idea che la traduzione sia un atto ermeneutico, ovvero un processo di interpretazione soggettiva del testo originale, influenzato dal contesto e dall'esperienza del traduttore, da vedersi come processo dialogico e interpretativo. Nessuno ha, inoltre, menzionato elementi pragmatici come il tono, il registro e il pubblico di destinazione, i quali giocano un ruolo fondamentale nella pratica traduttiva. Infine, sebbene qualcuno abbia accennato ai "codici", non è stato esplorato il concetto di traduzione tra sistemi semiotici diversi, come il passaggio dal linguaggio verbale a immagini, gesti, o altre forme di comunicazione (Jakobson 1959). Alla luce di ciò, la progettazione del modulo sul LL è apparsa come una soluzione ideale per integrare teoria e pratica traduttiva, che permettesse di acquisire conoscenze, sviluppare competenze e ampliare la visione sul concetto stesso in una prospettiva deweyana di *learning by doing*.

5. Risultati e discussione

La sperimentazione didattica condotta nel corso di questo studio ha raggiunto gli obiettivi prefissati, confermando l'efficacia del modello proposto. Gli studenti hanno affrontato con entusiasmo e impegno i diversi compiti assegnati, raccogliendo oltre 500 segni del LL universitario e urbano in contesti distribuiti su scala globale e mantenendo attivo il processo di raccolta anche dopo il termine formale del corso. Questo livello di partecipazione prolungata suggerisce che il compito sia stato particolarmente apprezzato e motivante e abbia avuto un impatto sulla consapevolezza del LL e, più in generale, in un'ottica di apprendimento permanente. Parallelamente, l'uso di Lingscape e l'adozione delle tassonomie ivi proposte per la decodifica dei segni ha favorito lo sviluppo di competenze analitiche, mentre l'integrazione tra conoscenze teoriche e attività di campo ha stimolato un apprendimento profondamente esperienziale. Come anticipato, nel prosieguo ci concentreremo sull'analisi dei segni degli ipotetici esercizi commerciali realizzati dagli studenti nel corso della sperimentazione e delle produzioni scritte associate. La prima analisi è stata svolta a livello linguistico e semiotico, servendosi di una griglia di annotazione composta da molteplici indicatori (Bellinzona 2021). La seconda, realizzata con il supporto di NVivo Pro 11[6], è stata condotta in accordo con i principi della *reflexive thematic analysis*

[6] NVivo è un software per l'analisi qualitativa dei dati testuali e multimediali, utile per la codifica, l'organizzazione e l'esplorazione di temi ricorrenti all'interno di corpora non strutturati.

(Braun/Clarke 2021). I risultati delle due operazioni sono quindi stati triangolati e vengono qui discussi in modo integrato, a partire da una panoramica generale sui segni, per passare poi a una riflessione sull'aspetto linguistico e, infine, sulla componente traduttiva.

5.1 Panoramica generale

I segni creati dai partecipanti riflettono un'attenzione consapevole alla gestione del plurilinguismo nello spazio pubblico. Dal punto di vista della tipologia di segno, la maggioranza dei partecipanti ha scelto di realizzare volantini pubblicitari (n. 20, il 56% del totale), talvolta generici (n. 12), talvolta inerenti a eventi di lancio promozionale dell'attività commerciale (n. 8). Il 28% dei partecipanti (n. 10) ha deciso di realizzare un'insegna mentre un numero ridotto di studenti ha creato post per social media, slogan pubblicitari e menù (n. 6).

Il contesto in cui sono stati collocati i segni è risultato nella maggior parte dei casi specifico, in quanto gli studenti hanno indicato la città in cui avevano immaginato l'apertura dell'attività. Ciò suggerisce consapevolezza dell'importanza dell'*emplacement* per la decodifica del segno, per l'attribuzione di significati (Scollon/Scollon 2003) e per il pubblico target. Si osservi, ad esempio, il poster di "Camera, bags, action!", realizzato da G.P.: si può notare come la partecipante leghi la promozione della sua azienda di borse e zaini alle caratteristiche della città di Donostia-San Sebastián (fig. 3a). Scrive infatti:

> G.P.:[i]l tema del negozio è basato sul cinema, influenzato dal Festival Internazionale del Cinema che si tiene in città, considerato uno degli eventi cinematografici più prestigiosi d'Europa e del mondo. Le lingue incluse nel poster sono lo spagnolo (la lingua ufficiale del Paese) e l'inglese (come strumento turistico).

Pochi sono risultati i casi di riferimento generico al Paese. In tutti questi casi, tuttavia, le proposte commerciali appaiono facilmente collocabili in più contesti urbani, come evidente, ad esempio, dal volantino del "BARBAR", di J.M., locale nato dall'incontro interculturale della studentessa (fig. 3b):

> J.M.: Essendo il polacco la mia madrelingua, la prima cosa che mi viene in mente quando sento la parola 'bar' è un locale aperto fino a tarda notte, dove si possono gustare bevande alcoliche e spuntini leggeri. In Italia, invece, un bar è spesso un posto frequentato durante il giorno per consumare velocemente un caffè e cibi leggeri. La mia idea è di combinare questi due concetti […]. Il locale potrebbe trovarsi sia in Italia sia in Polonia. Tuttavia, mi piace l'idea di portare un posto simile in Polonia, dove sento la mancanza di locali che offrano spuntini veloci durante il giorno.



Fig. 3: Esempi di segni. Nell'ordine: 3a "Camera, bags, action!", negozio di borse a San Sebastian (Spagna); 3b "BARBAR", bar in Polonia

Dal punto di vista semiotico, gli studenti hanno fatto ampio uso di strategie visive per rafforzare il messaggio testuale. Tali elementi includono tutto ciò che rientra nella *place semiotics*, dal font al materiale, dalle immagini alle icone (Scollon/Scollon 2003). Ad esempio, G.P., in relazione al volantino di "Camera, bags, action!" specifica come "il valore delle informazioni è determinato dalla dimensione del testo: più grande è il testo, maggiore è la sua importanza". Spesso, inoltre, l'identità culturale del negozio è sottolineata attraverso l'uso di colori e simboli iconici: riferimenti a elementi architettonici o culturali per evocare il contesto locale, immagini rappresentative della tipologia commerciale (libri per una libreria, occhiali per un'ottica, ecc.) e, spesso, i colori delle bandiere. Ne sono un esempio "Mascotitas' world" di C.A. e "Vicenza", di R.S., in fig. 4a e 4b.



Fig. 4: Esempi di segni con bandiere e simboli. Nell'ordine: 4a "Mascotitas' world", negozio per animali a Madrid; 4b "Vicenza", gioielleria in Corea del Sud

Nell'insegna di "Mascotitas' World", un negozio di animali in Spagna gestito da immaginari proprietari britannici, il linguaggio visivo si combina con la scelta linguistica per costruire un'identità ben definita: il nome del negozio riprende il termine spagnolo *mascotas* (animali domestici) in una forma vezzeggiativa, trasmettendo un senso di affetto e familiarità. Tuttavia, il vero elemento distintivo è l'uso del colore e dell'iconografia: il logo presenta una stilizzazione di un cane e un gatto, i cui colori richiamano le bandiere di Spagna e Regno Unito, unendo così visivamente le due identità culturali del negozio. In questo caso, l'immagine rafforza il significato del testo e ne amplia la risonanza.

Anche in "Vicenza" (fig. 4b) i colori e le bandiere sono utilizzati in modo strategico, a evidenziare, da un lato, l'italianità del negozio e del prodotto e, dall'altro, la coesione tra il prodotto e il luogo in cui viene venduto (la Corea), il tutto amalgamato in un uniforme concetto di *fusion*. Degno di nota è come la stessa impostazione grafica sia stata frutto di una riflessione, come evidente dalle parole di R.S.: "Ho deciso di rappresentare l'insegna in modo minimal così da riprendere lo stile generale delle insegne dei negozi di alta gioielleria in Corea del Sud".

In alcuni casi, dunque, gli elementi semiotici sono stati utilizzati per rafforzare il messaggio verbale o l'uso linguistico, facilitando la comprensione e rafforzando l'identità del brand. In altri casi, invece, i segni visivi hanno sostituito completamente la componente linguistica, concretizzandosi in una traduzione

intersemiotica (Jakobson 1959), in cui il passaggio dal codice linguistico a quello iconico permette non solo di superare barriere linguistiche e culturali, ma anche di trasmettere contenuti. L'analisi delle insegne e dei volantini prodotti dagli studenti suggerisce, quindi, una consapevolezza del valore degli elementi visivi non solo come supporto al testo scritto, ma come strumenti autonomi di comunicazione e costruzione del significato.

5.2 Scelte linguistiche

Da un punto di vista linguistico i segni si sono rivelati eterogenei: solo due studenti hanno deciso di realizzare testi monolingui, mentre la maggioranza ha optato per testi bilingui (n. 22) o multilingui (n. 12). Ciò suggerisce una strategia di accessibilità e di mediazione tra diverse comunità linguistiche. Le lingue utilizzate rispecchiano, in parte, i repertori plurilingui degli studenti e le lingue oggetto di studio, come evidenziato nel grafico in fig. 5.

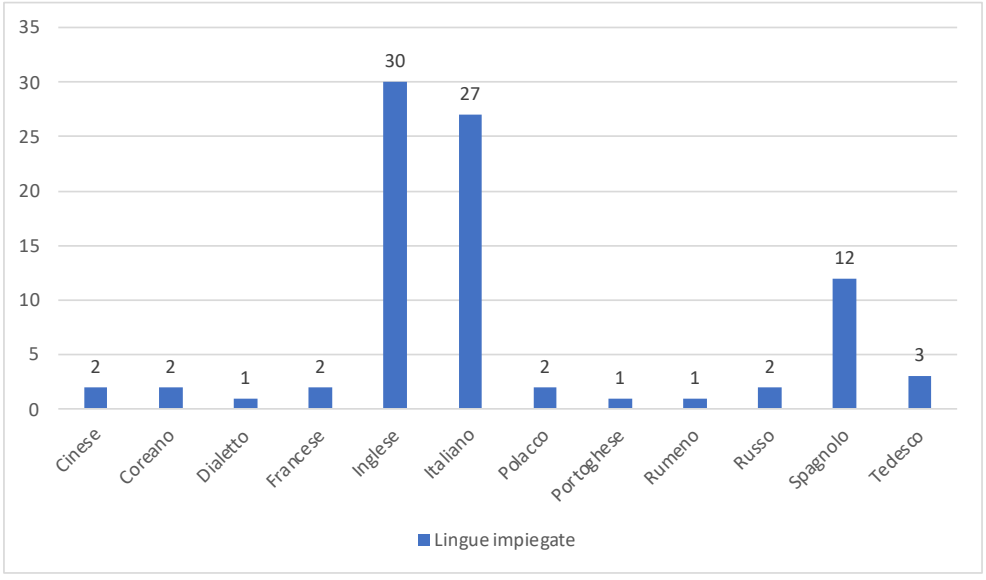


Fig. 5: Lingue utilizzate sui segni

Le lingue più utilizzate sono state, infatti, l'inglese, l'italiano e lo spagnolo, spesso affiancate da altre varietà linguistiche, come il tedesco, il cinese e il coreano. Ciò suggerisce una tendenza a mantenere la lingua del contesto di riferimento come veicolo comunicativo, integrando lingue globali per ampliare il pubblico di riferimento.

L'italiano è spesso presente, sia come lingua dominante (quando il negozio è, ipoteticamente, gestito da italiani all'estero) sia come lingua secondaria, per sottolineare la provenienza dei prodotti o il valore simbolico del Made in Italy. L'inglese, lingua franca, compare frequentemente per garantire una maggiore comprensione da parte di un pubblico internazionale, ma anche per il suo valore simbolico, per evocare modernità, internazionalizzazione e fashion.

Le scelte linguistiche emerse dall'analisi rivelano due strategie principali: da un lato, l'uso delle lingue per esprimere e valorizzare un prestigio culturale, dall'altro, il loro impiego come strumento di solidarietà e appartenenza comunitaria (Spolsky/Cooper 1991; Ben-Rafael 2009). Questi due approcci, sebbene diversi, evidenziano una profonda consapevolezza del ruolo sociale e simbolico delle lingue nel LL.

Un caso di valorizzazione del prestigio culturale è rappresentato dall'insegna di "Gelatiamo", una gelateria italiana ipotizzata in Polonia da A.K. (fig. 6a). Il nome stesso è un gioco di parole, scelto perché:

> A.K.: anche se l'italiano non è la lingua più popolare in Polonia, la gente conosce alcune parole, tra cui "gelato" e "amo". Per questo motivo il nome è facile da capire anche per le persone che non hanno mai studiato l'italiano.

La scelta dell'italiano, qui, non è dettata da una necessità comunicativa immediata, bensì dalla volontà di evocare l'idea di autenticità e qualità. L'italiano viene impiegato come marchio di prestigio, sfruttando l'associazione diffusa tra la cultura italiana e l'eccellenza gastronomica. Tuttavia, A.K. ha mostrato anche una consapevolezza del pubblico di riferimento, integrando una traduzione in polacco che specifica il tipo di prodotto offerto ("Lody rzemieślnicze" ossia gelato artigianale, fatto a mano). Questo suggerisce un approccio strategico in cui la lingua italiana serve a evocare un immaginario di qualità, mentre la lingua locale garantisce la comprensibilità del messaggio. L'italiano, dunque, non è scelto per la sua funzionalità comunicativa diretta, ma per il suo valore simbolico e commerciale.

Similmente, T.P., nella scelta del nome "Il Veliero" (fig. 6b), non mira a identificare il locale, ma a evocare un immaginario legato al viaggio, alla scoperta e, come specifica lo studente, per "richiamare la lunga tradizione marittima Italiana e la grande importanza che questa ha avuto nella storia d'Europa". L'uso dell'italiano, in questo caso, non è semplicemente una scelta linguistica: appare come una dichiarazione d'identità. Il testo del volantino alterna italiano e inglese, con il primo che conferisce autenticità e prestigio e il secondo che amplia la

comprensione a un pubblico internazionale, "rendendo l'esercizio commerciale accogliente non solo agli autoctoni ma anche ad un possibile pubblico turistico proveniente da tutto il mondo".

Un altro caso interessante è rappresentato dall'insegna de "I' Tocco", di C.A. (fig. 6c), un ristorante di cucina toscana. La scelta del nome in fiorentino ("I' tocco", cioè il tocco, l'una, l'ora di pranzo) è una chiara operazione di straniamento (Venuti 1995), che non punta alla trasparenza comunicativa ma all'evocazione di un immaginario locale e autentico. Qui la lingua diventa un marchio, un elemento distintivo che non ha bisogno di essere compreso da tutti per funzionare: il valore dell'insegna non risiede nella sua accessibilità immediata, ma nella sua capacità di suggerire un senso di appartenenza culturale. Per ovviare alla possibile opacità del termine, la studentessa ha integrato una breve spiegazione in inglese ("Authentic Tuscany Cuisine"), creando un equilibrio tra l'identità locale e la comprensibilità globale.



Fig.6: Esempi di segni con differenti usi della lingua italiana. Nell'ordine: 6a "Gelatiamo", gelateria in Polonia; 6b "Il veliero", negozio di abbigliamento in Inghilterra; 6c "I' tocco", ristorante a Dallas (USA)

Questi esempi evidenziano una comprensione avanzata delle lingue non solo come strumenti di comunicazione, ma come sistemi semiotici complessi, densi di significati culturali, identitari e simbolici. Ciò riflette una consapevolezza del LL come spazio di negoziazione culturale, in cui le scelte linguistiche vanno oltre la semplice funzione referenziale e acquisiscono un valore simbolico autonomo.

5.3 Scelte traduttive

Le diverse lingue sono state impiegate in modi differenti dagli studenti, talvolta in testi interamente o parzialmente tradotti, talvolta invece commutandole o mischiandole tra loro. In particolare, come si osserva dal grafico in fig. 7, in due casi siamo di fronte a testi duplicati, in cinque casi a testi frammentati, in 10 casi a testi sovrapposti e, nella metà delle occorrenze, a testi complementari.

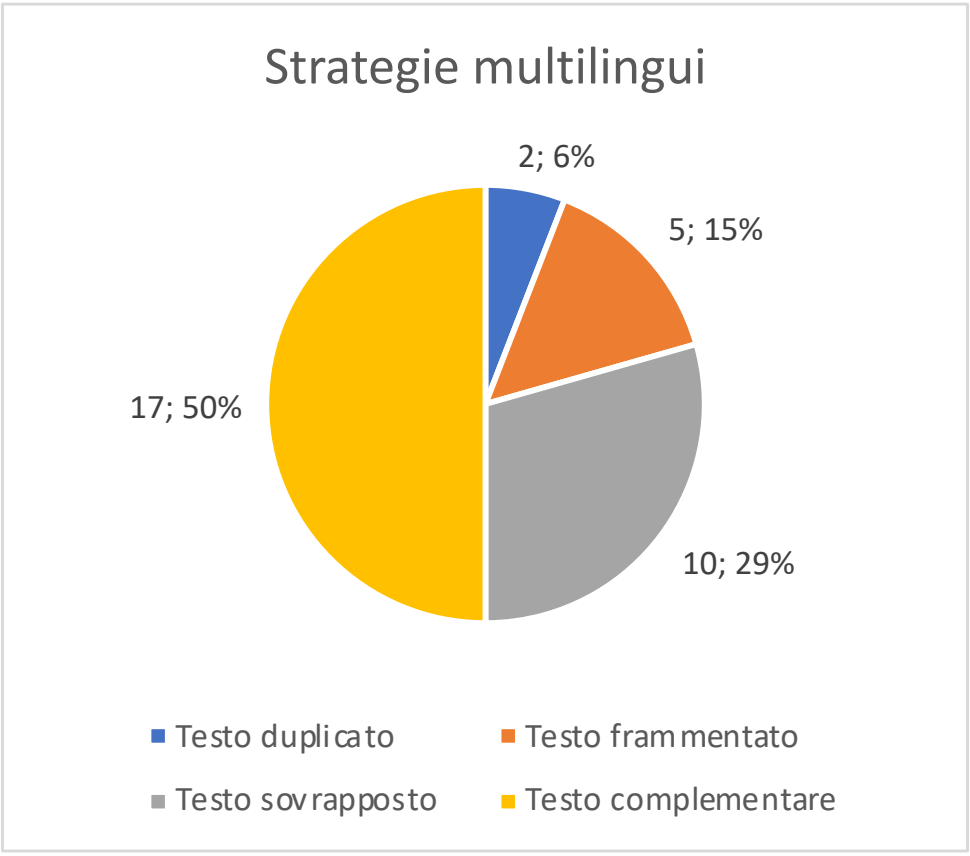


Fig. 7: Disposizione delle lingue sui segni bi- e multilingui

Si tratta di un dato interessante, in linea del resto con ciò che si trova in ambiente urbano, dove le lingue normalmente si trovano a contatto e non in traduzione (Reh 2004). Nella fig. 8 sono riportati un esempio per ciascuna tipologia di testo.



Fig. 8: Esempi di segni con diversa disposizione multilingue.
Nell'ordine: Fig. 8a "La dolce vita", negozio di abbigliamento a Firenze – testo sovrapposto;
Fig. 8b "L'international", bar a Parigi – testo frammentato;
Fig. 8c "Pawsitive pet shop", negozio per animali a Berlino -testo complementare;
Fig. 8d "Dante Alighieri", libreria a Los Angeles – testo duplicato

Nel primo caso, "La Dolce Vita" (fig. 8a), a cura di M.D., è possibile osservare un esempio di testo sovrapposto, in cui alcune informazioni, come la descrizione del negozio, sono riportate in due lingue (italiano e inglese) ma a ciascuno dei

due codici linguistici è affidata un'informazione aggiuntiva (all'italiano il nome del negozio e l'indicazione storica e geografica, all'inglese il riferimento al Made in Italy e all'artigianato). La scelta non è casuale, come spiega la studentessa:

> M.D.: L'italiano perché i proprietari sono italiani e il luogo d'origine del negozio, "La Dolce Vita", è l'Italia; l'inglese perché è la lingua universale che tutti i turisti possono capire e, inoltre, conferisce un tono di internazionalità e modernizzazione al negozio.

Diverso è, invece, l'utilizzo delle lingue nel menù del bar "L'international" (fig. 8b), realizzato da E.B., in cui tutte le informazioni sono disponibili in francese ma, parte delle stesse, è tradotta in altri codici (testo frammentato). Il menù, infatti, è diviso in sei sezioni, le quali prevedono una selezione di drink tipici o originari di sei paesi diversi, e in cui è incluso sia il nome stesso del Paese, sia la lista degli ingredienti nelle diverse lingue. Ciò è dovuto a una scelta precisa:

> E.B.: Ho deciso quindi di valorizzare e dare più spazio alla lingua francese, in quanto quella del posto in cui il bar è situato, ma di includere il più possibile le lingue originali dei paesi che ho considerato nell'ottica della multiculturalità e della multietnicità.

Non si tratta, peraltro, dell'unico riferimento all'interculturalità emerso dalle riflessioni degli studenti: anche nella pubblicità del "The dreamers' bar", di D.S., accanto a una citazione in inglese, vengono riportati saluti in tre diverse lingue poiché, come scrive lei stessa, "ogni persona è benvenuta, indipendentemente dalla propria lingua o cultura. Il bar è uno spazio dove si celebra l'unità, il divertimento e la connessione". O ancora, il "Golden Dragon Toy" di D.B, pensato come "punto di incontro culturale, che rappresenta il connubio tra cultura orientale e italiana" e il "Sabor Cubano – gelateria", il quale nasce dalla volontà di C.A di rappresentare, a livello linguistico e non solo, "quella che sono io, un mix di due culture che ne creano una nuova".

Nel "Pawsitive Pet Shop" (fig. 8c), invece, il nome e qualifica del negozio sono in inglese, mentre lo slogan sottostante in tedesco, come spiegato da L.K:

> L.K.: Ho pensato che fosse una buona idea scrivere il nome del negozio in inglese perché è una lingua che ormai capiscono quasi tutti, e visto che Berlino è una città piena di turisti penso che la scritta "Pet shop" salti subito all'occhio a chiunque stia cercando un negozio di animali in un Paese di cui non conosce la lingua. Il gioco di parole in inglese nel nome del negozio serve per dargli un'aria più giocosa e simpatica visto che il logo è fatto per un negozio di animali. Lo slogan invece ho deciso di scriverlo in tedesco per far capire che l'inglese sta solo nel nome del negozio, mentre l'organizzazione, la puntualità e la qualità sono tedesche.

Le due lingue sono, dunque, sfruttate per motivi diversi, per trasmettere informazioni e per il loro portato simbolico, in quanto sistemi semiotici. L'esempio è interessante anche per la creatività del nome scelto: il nome utilizza un gioco di parole tra *positive* e *paws* (zampe), creando un'associazione immediata con il mondo degli animali domestici e, al tempo stesso, trasmettendo un messaggio positivo ed empatico. Questo tipo di scelta mostra una comprensione del linguaggio pubblicitario, che punta sulla creatività fonetica per rendere il marchio più accattivante e memorabile.

Uno degli elementi più intriganti emersi dall'analisi dei segni prodotti dagli studenti è, infatti, proprio l'uso creativo della lingua nella scelta del nome del negozio. In molti casi i nomi non sono stati selezionati solo per la loro funzione identificativa, ma sono stati costruiti attraverso giochi di parole, rimandi culturali e strategie linguistiche che combinano suono, significato e identità commerciale. Numerosi dei segni prodotti dagli studenti presentano nomi creativi: a volte realizzati grazie all'utilizzo di un solo sistema linguistico, come nel caso di "Milzaino" (fusione tra Milano e zaino), di A.I., un ipotetico negozio di borse e zaini ecologici provenienti da Milano; altre volte, invece, con ibridismi e *blending* tra diverse lingue. Ne è un esempio il negozio per animali di D.B. "Croccattino", in cui la studentessa gioca con inglese, italiano e altri sistemi semiotici per attrarre, incuriosire e coinvolgere il pubblico.

> D.B.: Consapevole che la parola "croccantino" possa non risultare familiare a un parlante inglese, a rafforzare ed evidenziare il contenuto del negozio ho inserito sopra la scritta "new pet shop" ed ho arricchito il tutto con immagini di zampe e cibo per animali, questo per rendere chiaro sin da subito di cosa si stia parlando. Nel nome del negozio, Croccattino, è stata evidenziata la parola "cat" per far capire a coloro che non parlano italiano dove stia il gioco di parole.

Questi esempi evidenziano come gli studenti abbiano sviluppato una consapevolezza del valore del linguaggio nella costruzione dell'identità commerciale. Attraverso giochi di parole, fusione di concetti e scelte linguistiche marcate culturalmente, hanno saputo trasformare il nome del negozio in un elemento strategico, capace di comunicare più livelli di significato e di attrarre il pubblico non solo con il messaggio, ma anche con la forma stessa della lingua.

Degno di nota, infine, l'esempio della libreria "Dante Alighieri" (fig. 8d), in cui tutto il testo è duplicato in italiano e inglese. La scelta è fortemente identitaria e sembra rispecchiare quella che Ben-Rafael (2009) definisce *collective identity*, la *symbolic value condition* di Spolsky/Cooper (1991). D.S, infatti, oltre a riflettere sulle specifiche tecniche traduttive adottate ("Nel tradurre dall'italiano all'inglese ho cambiato,

non solo le parole, ma anche l'ordine delle parole […] affinché possano essere facilmente comprensibili alla clientela statunitense") spiega le scelte linguistiche:

> D.S.: ho deciso di scrivere il volantino sia in italiano che in inglese, perché il negozio viene aperto negli Stati Uniti e quindi deve comunicare alle persone del posto; in italiano perché i proprietari rivendicano la loro origine italiana.

L'uso dell'italiano nella locandina, a differenza di quanto osservato nel paragrafo precedente, ad esempio, con "Gelatiamo" o "Il veliero", non è tanto finalizzato a esaltare un'identità culturale elitaria, quanto a riconoscere e valorizzare la comunità italo-americana presente nel territorio. La scelta di duplicare integralmente il testo in inglese e in italiano risponde quindi a un'esigenza di inclusività: da un lato, si comunica efficacemente con la clientela locale statunitense; dall'altro, si preserva un legame linguistico con la comunità italiana, permettendo anche alle generazioni più anziane o non anglofone di sentirsi coinvolte.

6. Conclusioni

I risultati emersi dallo studio suggeriscono come un approccio basato sul LL, integrato secondo il modello di competenza traduttiva (PACTE 2003, 2005), abbia effettivamente favorito uno sviluppo armonico delle capacità bilingue, extralinguistiche, strategiche, strumentali e di conoscenza della traduzione. Gli studenti hanno dimostrato di modulare con consapevolezza repertori linguistici differenti in funzione dei contesti e dei pubblici di riferimento, sostenuti da una solida base teorica e da un'attività di campo esperienziale. L'analisi ha mostrato come gli studenti abbiano scelto volutamente strategie di localizzazione (ad es. giochi di parole, *blend* linguistici, traduzioni parziali), adattando i segni per mantenere l'efficacia comunicativa e il tono emotivo del messaggio. Dal punto di vista della mediazione, peraltro, il modulo sul LL si colloca in piena coerenza con quanto indicato nel Volume Complementare del QCER (Consiglio d'Europa 2020): nella sezione dedicata alla mediazione si sottolinea come la competenza di traduzione sia una componente cruciale della mediazione interculturale. Gli studenti, progettando insegne e volantini, hanno infatti svolto un'attività di adattamento linguistico e culturale "su misura" per il loro target, mediando significati e valori in modo consapevole, come richiesto dalle competenze descritte nel quadro.

Gli esiti dello studio si inseriscono nel solco della letteratura sul LL quale "spazio traduttivo" e didattico (Koskinen 2013; Malinowski 2015; Sayer 2010; Scollon/Scollon 2003), mostrando come le attività sul campo che coinvolgono il LL non solo incentivino la riflessione critica sulle dinamiche di negoziazione se-

mantica, ma producano anche un apprendimento procedurale e psicofisiologico (attenzione e creatività *in primis*) indispensabile per il futuro traduttore professionista e, in generale, per contesti di pluralità linguistica e culturale.

Sebbene gli obiettivi formativi prefissati siano stati raggiunti, è bene evidenziare come la sperimentazione didattica presenti alcune criticità e si riconoscano i limiti dello studio. Questi, infatti, a nostro parere, possono fungere da bussola per orientare sviluppi futuri. In primo luogo, la dimensione ridotta e circoscritta del campione limita la generalizzabilità dei risultati: future applicazioni potrebbero estendere il modello ad altri contesti accademici e livelli formativi. Inoltre, la durata contenuta dell'intervento ha ridotto le possibilità di approfondimento teorico e di riflessione metacognitiva: in tal senso, l'integrazione futura di strumenti di autovalutazione, come diari di bordo o interviste, potrebbe offrire una visione più completa del percorso formativo, rendendo visibili i progressi (e le difficoltà) nella gestione delle scelte linguistiche, semiotiche e traduttive, e monitorando in modo più puntuale l'evoluzione delle competenze traduttive nel tempo.

Infine, la mancanza di un *follow-up* a medio e lungo termine impedisce di valutare la persistenza delle competenze sviluppate: futuri studi longitudinali o esperienze in contesti professionali autentici (ad esempio collaborazione con enti territoriali) potrebbero fornire dati più ampi e trasversali. Tali prospettive delineano un potenziale evolutivo della sperimentazione, la quale ben si presta a essere ampliata, adattata e resa sistematica in contesti educativi plurilingui e interdisciplinari.

Bibliografia

Algryani, Ali (2021), *On the Translation of Linguistic Landscape: strategies and quality assessment*. «Khazar Journal of Humanities and Social Sciences» 24 (2), 5-21

Algryani, Ali (2022), *The Use of Linguistic Landscape as a Training Resource for Developing Students' Translation Competence*. «World Journal of English Language» 12 (6), 274-285

Algryani, Ali/Syahrin, Syerina (2021), *Utilising Learners' Linguistic Landscape as a Pedagogical Resource in the Translation Classroom*. «AWEJ» 12 (1), 357-373

Amenador, Kate B./Wang, Zhiwei (2023), *The image of China as a destination for tourist: translation strategies of culture-specific items in the Chinese-English food menus*. «Sage Open» 13 (3)

Arnold, Jane (2019), *The importance of affect in language learning*. «Neofilolog» 52 (1), 11-14

Backhaus, Peter (2007), *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*, Clevedon: Multilingual Matters

Bassnett, Susan (2014), *Translation Studies at a Cross-roads*. In E. Brems/R. Meylaerts/L. van Doorslaer (eds.), *The Known Unknowns of Translation Studies*, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 17-27

Bell, Roger T. (1991), *Translation and Translating*, London: Longman

Bellinzona, Martina (2021), *Linguistic Landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, Milano: Franco Angeli

Ben-Rafael, Eliezer (2009), *A sociological approach to the study of linguistic landscapes*. In E. Shohamy/D. Gorter (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, London/New York: Routledge, 48-62

Ben-Rafael, Eliezer *et al.* (2006), *Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel*. In Gorter (2006) 7-30

Blackwood, Robert J./Lanza, Elizabeth/Woldemariam, Hirut (eds.) (2016), *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, London: Bloomsbury

Blackwood, Robert J./Tufi, Stefania (2015), *The Linguistic Landscape of the Mediterranean: French and Italian Coastal Cities*, Basingstoke: Palgrave Macmillan

Blommaert, Jan (2013), *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*, Bristol: Multilingual Matters

Braun, Virginia/Clarke, Victoria (2021), *Thematic Analysis. A Practical Guide*. London: Sage Publishers

Carbonara, Valentina/Scibetta, Andrea (2020), *Imparare attraverso le lingue. Il translanguaging come pratica didattica*, Roma: Carocci

Cenoz, Jasone/Gorter, Durk (2008), *Linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition*. «IRAL-International Review of Applied Linguistics in Language Teaching» 46 (3), 257-276

Cenoz, Jasone/Leonet, Oihana/Gorter, Durk (2022), *Developing cognate awareness through pedagogical translanguaging*. «International Journal of Bilingual Education and Bilingualism» 25 (8), 2759-2773

Consiglio d'Europa (2020), *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, teaching, assessment. Companion volume*, Council of Europe, Strasbourg. Trad it. a cura di M. Barsi/E. Lugarini/A. Cardinaletti (2020), *Quadro comune europeo di riferimento per le lingue: apprendimento, insegnamento, valutazione. Volume complementare*. «Italiano LinguaDue» 12 (2)

Cronin, Michael (2006), *Translation and Identity*. New York/London: Routledge

Dagenais, Diane *et al.* (2009), *Linguistic landscape and language awareness*. In E. Shohamy/D. Gorter (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, London/New York: Routledge, 253-269

Diadori, Pierangela (2022), *Tradurre per il turismo. Da e verso l'italiano*, Firenze: Franco Cesati

Edelman, Louise J. (2010), *Linguistic Landscapes in the Netherlands: A Study of Multilingualism in Amsterdam and Friesland*, Utrecht: LOT Utrecht

Gavagnin, Cristina (2022), *Alla ricerca di tracce di italianità*. In J. Kainhofer/M. Rückl (eds.), *Sprache(n) in pädagogischen Settings*, Berlin/Boston: de Gruyter, 195-210

Gorter, Durk (2006), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Clevedon: Multilingual Matters

Gorter, Durk/Cenoz, Jasone (2024), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Bristol/Jackson: Multilingual Matters

Hélot, Christine *et al.* (eds.) (2012), *Linguistic Landscapes, Multilingualism and Social Change*, Berlin: Peter Lang

Hult, Francis M. (2018), *Language policy and planning and linguistic landscapes*. In J.W. Tollefson/M. Pérez-Milans (eds.), *The Oxford Handbook of Language Policy and Planning*, Oxford Handbooks, 333-351

Hurtado Albir, Amparo (2017), *Translation and translation competence*. In A. Hurtado Albir (ed.), *Researching translation competence by PACTE group*, Amsterdam: John Benjamins Publishing, 3-33

Jakobson, Roman (1959), *On linguistic aspects of translation*. In R.A. Brower (ed.), *On translation*, Harvard University Press, 232-239

Jaworski, Adam/Thurlow, Crispin (2010), *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*, London: Continuum

Koskinen, Kaisa (2012), *Linguistic Landscape as a Translational Space: The Case of Hervanta, Tampere*. «COLLeGIUM» 13, 73-92

Kress, Gunther/van Leeuwen, Theo (2006), *Reading images: The grammar of visual design* (2nd ed.), London/New York: Routledge

Krompák, Edina/Fernández-Mallat, Víctor/Meyer, Stephan (eds.) (2022), *Linguistic landscapes and educational spaces*, Bristol: Multilingual Matters

Lefebvre, Henri (1991), *The Production of Space* (Donald Nicholson-Smith, trans.), Oxford: Blackwell

Ma, Yujing (2018), *El paisaje lingüístico: Una nueva herramienta para la enseñanza de E/LE*. «Foro de profesores de E/LE» 14, 153-163

Malinowski, David (2009), *Authorship in the linguistic landscape: A multimodal performative view*. In E. Shohamy/D. Gorter (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, London/ New York: Routledge, 147-165

Malinowski, David (2015), *Opening spaces of learning in the linguistic landscape*. «Linguistic Landscape» 1 (1), 95-113

Malinowski, David (2019), *Learning to translate the linguistic landscape*. In Pütz/Mundt (eds.) (2019), 58-71

Melo-Pfeifer, Sílvia (ed.) (2023), *Linguistic landscapes in language and teacher education: Multilingual teaching and learning inside and beyond the classroom*, London: Springer Nature

Mulder, Martin, *et al.* (2009), *The new competence concept in higher education: error or enrichment?*. «Journal of European Industrial Training» 33 (8/9), 755-770

Munday, Jeremy (2001), *Introducing Translation Studies, theories and applications*, London/New York: Routledge

Nord, Christiane (2001), *Translating As a Purposeful Activity, Functionalist Approaches Explained*, Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press

Nord, Christiane (2005), *Text analysis in translation: Theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis (*2nd ed.), Amsterdam/New York: Rodopi

Orozco, Mariana (2000), *Building a measuring instrument for the acquisition of translation competence in trainee translators*. In C. Schäffner/B. Adab (eds.), *Developing Translation Competence*, Amsterdam: John Benjamins, 199-214

PACTE (2003), *Building a Translation Competence model*. In F. Alves (ed.) *Triangulating Translation: Perspectives in Process Oriented Research*, Amsterdam: John Benjamins, 43-66

PACTE (2005), *Investigating Translation Competence: Conceptual and Methodological Issues*. «META» 50, 609-619

Palermo, Silvia/Sgambati, Gabriella (2024), *Il paesaggio linguistico plurilingue e la didattica: il caso dell'Alto Adige/Südtirol*. «Linguistik online» 126 (2), 125-150

Purschke, Christoph (2017), *Crowdsourcing the linguistic landscape of a multilingual country. Introducing Lingscape in Luxembourg*, «Linguistik online» 85 (6), 181-202

Pütz, Martin/Mundt, Neele (eds.) (2019), *Expanding the linguistic landscape: Linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource*, Bristol: Multilingual Matters

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

Risku, Hanna (1998), *Translatorische Kompetenz: Kognitive Grundlagen des Übersetzens als Expertentätigkeit,* Tübingen: Stauffenburg

Sayer, Peter (2010), *Using the linguistic landscape as a pedagogical resource*. «English Language Teaching Journal» 64 (2), 143-154

Scollon, Ron/Scollon, Suzie W. (2003), *Discourses in place: Language in the material world*, London/New York: Routledge

Shohamy, Elana (2006), *Language policy: hidden agendas and new approaches*, London/New York: Routledge

Shohamy, Elana (2019), *Linguistic landscape after a decade: An overview of themes, debates and future directions*. In Pütz/Mundt (eds.) (2019), 25-37

Solmaz, Osman/Przymus, Steve (eds.) (2021), *Linguistic Landscapes in English Language Teaching: A Pedagogical Guidebook*, Dicle University and Texas Christian University

Spolsky, Bernard (2009), *Prolegomena to a sociolinguistic theory of public signage*. In E. Shohamy/D. Gorter (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, London/New York: Routledge, 25-39

Spolsky, Bernard/Cooper, Robert L. (1991), *The languages of Jerusalem*, Oxford: Clarendon Press

Tomozeiu, Daniel/Koskinen, Kaisa/D'Arcangelo, Adele (2016), *Teaching intercultural competence in translator training*. «The Interpreter and Translator Trainer» 10 (3), 251-267

Toury, Gideon (1984), *The notion of 'Native Translator' and translation teaching*. In W. Wilss/G. Thome (eds.), *Die Theorie des Übersetzens und ihr Aufschlusswert für die Übersetzungs- und Dolmetschdidaktik*, Tübingen: Narr, 186-195

Venuti, Lawrence (1995), *The Translator's Invisibility. A History of Translation*, London/New York: Routledge

Vertovec, Steven (2007), *New complexities of cohesion in Britain: Super-diversity, transnationalism and civil-integration*, London: Commission on Integration and Cohesion

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 67-86 | ISSN 1124-3724

Gabriella Sgambati

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

In the teaching and learning of a foreign language, the textbook represents a tool that can offer valuable support for developing various competencies. Besides serving as a guideline and a highly useful resource for lesson preparation for the instructor, ensuring the presence of activities aimed at practicing various skills, the textbook becomes an interface with the foreign language and culture for the learner. Considering the visual material present in textbooks, it can be asserted that, in general, the presence of images, drawings, and illustrations of various kinds has significantly increased, especially since the second half of the last century, due to methodological didactic advancements as well as technological progress in communication and printing media.
Therefore, this study proposes an alternative approach to utilizing images to enhance the knowledge of the German language through the linguistic landscape of a territory. The fact that the input offered by sign photos is not exclusively verbal but also employs another semiotic system can stimulate learners to develop the ability to carefully observe a sign photo and describe it to critically perceive its meaning.
Based on these observations, a survey was conducted on a selection of 14 textbooks used for teaching German as a foreign language in university settings and in adult education for Italian native speakers. Without any claim to exhaustiveness, the partial results and reflections of what is currently an ongoing study are presented below, which will be completed by increasing the number of reference texts.

The Linguistic Landscape in DaF textbooks as a pedagogical resource for German language teaching and learning

[Linguistic Landscape; multimodality; visual semiotics; textbook analysis; German as a Foreign Language (DaF)]

1. Introduzione

Nel contesto dell'insegnamento e dell'apprendimento di una lingua straniera, il libro di testo costituisce uno strumento didattico essenziale per lo sviluppo delle competenze linguistiche e comunicative. Esso non solo fornisce ai docenti una struttura di riferimento e un supporto operativo per la pianificazione delle attività didattiche, ma rappresenta anche per gli apprendenti un mezzo di accesso privilegiato alla lin-

gua e alla cultura oggetto di studio, favorendo l'incontro tra dimensione linguistica e dimensione culturale.

Già a partire dagli anni Settanta con la diffusione dell'approccio comunicativo in glottodidattica[1], l'utilizzo delle immagini diventa cruciale nell'insegnamento delle lingue straniere, facilitando la comprensione e stimolando l'interesse degli apprendenti[2].

Prendendo in considerazione il materiale visivo presente nei libri di testo, è possibile affermare che in generale la presenza di immagini e illustrazioni di vario tipo ha conosciuto un notevole incremento grazie allo sviluppo didattico metodologico, nonché a quello tecnologico dei mezzi di comunicazione e di stampa (cfr. Cicala 2021).

Da molti anni le immagini non vengono considerate unicamente come corredo del testo scritto, ma rappresentano un'importante risorsa per l'apprendimento delle lingue straniere; non sono solo strumento che serve per consolidare contenuti prettamente linguistico-grammaticali, ma attivano la motivazione, aiutano ad ampliare il lessico e a stimolare la produzione linguistica. Anche nel Volume complementare del Quadro all'interno dei descrittori (sia quelli che riguardano la comprensione orale sia la comprensione scritta) viene menzionato spesso il valore delle immagini soprattutto in relazione ai primi livelli di competenza (dal pre-A1 all'A2), a conferma dell'idea secondo cui le componenti visive facilitano l'apprendimento e il processo di memorizzazione delle informazioni.

In questa sede si propone un modo diverso di servirsi dell'immagine per incrementare la conoscenza della lingua tedesca attraverso il paesaggio linguistico di un territorio[3]. Il fatto che l'input offerto dalle foto di segno[4] non sia esclusivamente

[1] Ci riferiamo qui alla cosiddetta "svolta comunicativa", segnata dalla pubblicazione di studi fondamentali, quali quelli di Hymes (1972) con la definizione di competenza comunicativa e prima quelli di Austin (1962) e Searle (1969) sulla teoria degli atti linguistici. Cfr. anche Brumfit /Johnson (1979).

[2] Per una breve ricostruzione storica sull'uso delle immagini nell'ambito della didattica delle lingue straniere, Hansen (2018: 149-151).

[3] A partire dagli anni Novanta del Novecento il *Linguistic Landscape*/paesaggio linguistico è stato oggetto e strumento della ricerca sociolinguistica applicata ad aree geografiche antropizzate. L'attenzione degli studi è stata inizialmente concentrata sul paesaggio linguistico offerto dalle metropoli dalle città e dai centri urbani; in un primo momento infatti è stato definito da due studiosi canadesi in questo modo: "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" (Landry/Bourhis 1997: 25). L'obiettivo degli studi sul *Linguistic Landscape* (LL) si è poi spostato sul paesaggio linguistico degli spazi non urbani, in particolare aree rurali e aree montane nelle quali fosse comunque sempre presente il plurilinguismo.

[4] Nel contesto del LL, una 'foto di segno' si riferisce a fotografie che catturano i vari segni presenti in uno spazio pubblico. Questi segni possono includere insegne di negozi, cartelli stradali, graffiti, volantini pubblicitari, murales e qualsiasi altra forma di comunicazione scritta visibile nel paesaggio

verbale, ma adoperi anche un altro linguaggio, può stimolare gli apprendenti a sviluppare la capacità di osservare con attenzione una foto di segno e saperla descrivere per percepirne in modo critico il significato. Lavorare con un'ampia gamma di elementi del paesaggio linguistico nello spazio urbano moderno può offrire ai gruppi di apprendimento nelle classi di lingua straniera una visione più profonda e diversificata della rispettiva lingua e cultura straniera. Sono state condotte varie ricerche a riguardo che testimoniano la validità di questo studio[5]; Cenoz e Gorter (2008: 264), infatti, già quindici anni fa hanno evidenziato le grandi potenzialità del LL per la didattica, giungendo a proporlo come input nell'acquisizione di una L2: "The linguistic landscape can provide input for second language learners and it can be particularly interesting for the development of pragmatic competence" (274). Il paesaggio linguistico può essere sfruttato come risorsa educativa gratuita e dinamica in grado di promuovere "language awareness, multilingual literacy, multimodality, identities, ideologies or the functions of signs" (Gorter 2018: 32). A partire da tali constatazioni è stata condotta un'indagine su una selezione di 14 libri di testo usati per l'insegnamento del tedesco come lingua straniera in ambito universitario e nella formazione rivolta a adulti di madrelingua italiana, e si è cercato di individuare quanto e in che modo è presente il paesaggio linguistico[6].

L'obiettivo principale di questo contributo è dunque quello di identificare i segni del paesaggio linguistico germanofono presenti nei libri di testo destinati all'insegnamento del tedesco come lingua straniera (DaF). Una volta identificati, si procederà a quantificare la loro presenza nei libri di testo, analizzando le attività a cui sono destinate e gli ambiti tematici a cui fanno riferimento. Infine, si

urbano e anche non urbano (cfr. Bellinzona 2018, 2021; Sgambati 2024). L'analisi di queste foto permette di studiare come le lingue vengono utilizzate e rappresentate in un determinato contesto sociale e culturale. Questo tipo di studio può rivelare informazioni sulle politiche linguistiche, le dinamiche di potere tra le lingue e le identità culturali delle comunità di un determinato territorio.

[5] Sul LL come risorsa nella *Second Language Acquisition* si vedano, fra gli altri, i dettagliati studi sulla didattica dell'italiano L2: Barni/Bagna (2015) e Bagna/Gallina/Machetti (2018); sull'utilizzo del LL nella didattica delle lingue si vedano, in particolare, Cenoz/Gorter (2008), Sayer (2010), Rowland (2013), Malinowsky/Dubreil/Maxim (2020), Androutsopoulos (2021), Dubreil/Malinowski/Maxim (2023), Cenoz/Gorter (2023); gli studi raccolti nel volume Marten/Saagpakk 2017 rivolti alla didattica del tedesco, nonché gli studi presenti nel volume Badstübner-Kizik/Janíková (2018) dedicati alla didattica delle lingue inglese, ceca, estone, polacca e tedesca (DaF e DaZ). Sulla didattica del tedesco e il LL cfr. Palermo/Sgambati (2024) e Sgambati (2024).

[6] È opportuno sottolineare che esiste già uno studio, seppure realizzato in un contesto linguistico e culturale differente, che affronta la tematica qui proposta. In particolare, l'articolo di Chapelle (2020: 43-67) analizza come le rappresentazioni visive del LL del Québec, presenti nei libri di testo in lingua francese, possano essere reinterpretate alla luce della narrativa culturale.

valuteranno le competenze linguistiche e trasversali che si intendono sviluppare attraverso le foto di segno presenti nei libri di testo, esaminando come queste possano aiutare gli apprendenti a migliorare anche la loro capacità di osservare e interpretare criticamente le immagini.

Senza alcuna pretesa di esaustività, si presentano di seguito i risultati parziali, riflessioni, di quello che al momento è un primo studio pilota che verrà completato, aumentando il numero dei testi di riferimento.

2. Funzione delle immagini nella didattica delle lingue

Il lavoro con le immagini nell'insegnamento delle lingue straniere ha una lunga tradizione. Le immagini, ad esempio, fungevano da supporto didattico nel contesto del metodo diretto e del metodo audiovisivo (cfr. Reinfried 2013: 200-208). Nella didattica delle lingue straniere le immagini sono tuttora considerate soprattutto come occasioni per lo sviluppo e il rafforzamento della competenza comunicativa (cfr. Hansen 2018). Reinfried, che in diversi suoi lavori ha analizzato le immagini nel contesto dell'insegnamento delle lingue straniere, distingue diverse funzioni dell'immagine (cfr. Reinfried 2013: 418-420): una funzione legata alla verbalizzazione, una funzione relativa all'insegnamento della grammatica e una funzione culturale-interculturale. Inoltre, attribuisce all'immagine una funzione mnemonica e una funzione semantica: le immagini, infatti, possono fungere non solo da supporto per la memorizzazione, ma anche come traduzione visiva di alcuni significati. In pubblicazioni più recenti, egli parla anche di una funzione che riguarda il lavoro sul lessico (cfr. Reinfried 2016: 12-19). Nei suoi lavori, però, la cosiddetta *visual literacy*[7], ovvero l'insieme di competenze che rendono un individuo capace di vedere, leggere, interpretare, valutare, usare, creare immagini e *visual media*, rimane marginale. Reinfried osserva che negli ultimi anni si è verificata una "diversificazione dei tipi di immagini" (*Diversifizierung der Bildgattungen*) e delle "funzioni delle immagini", *Bildfunktionen*, e che in questo contesto è necessario considerare maggiormente la *visual literacy* senza però approfondire questo concetto o tematizzare come sviluppare questa competenza (Reinfried 2016: 37).

L'alfabetizzazione visiva (*visual literacy*) e la multimodalità (*multiliteracies*) sono diventate ormai competenze cruciali per la comunicazione e la partecipazione attiva alla cultura e alla società contemporanee. Nel 1997 Doelker sostiene che le immagini sono state e continuano ad essere percepite come "media ricreativi" (Doelker 1997: 20) e trattate come secondarie rispetto ai testi. In questo conte-

[7] Espressione coniata alla fine degli anni Sessanta da John Debes (1967, 1968).

sto, Doelker sviluppa il concetto di competenza visuale, *Bildkompetenz*, e formula una grammatica dell'immagine, chiarendo le differenze tra linguaggio verbale e linguaggio visuale. Inoltre, propone un approccio alla lettura dei testi ibridi, introducendo l'idea di *Gesamttexte*, ovvero testi che, in senso ampio, combinano sia il messaggio verbale che quello iconico.

Secondo Harmut Stöckl (2011: 45), gli elementi utili alla competenza multimodale includono la capacità di attribuire all'immagine un significato considerevole nel contesto in cui essa viene adoperata, la capacità di comprendere il testo verbale in combinazione con il messaggio visuale e di integrare le immagini nel processo di comprensione della lingua. Questa prospettiva sottolinea l'importanza crescente delle immagini e la necessità di sviluppare competenze che permettano di interpretare e utilizzare efficacemente i messaggi visivi insieme a quelli verbali.

Come sottolinea anche Cicala (2021: 304), nei libri di testo destinati agli studenti di livello elementare e intermedio, la presenza di immagini è raramente accompagnata da attività didattiche mirate allo sviluppo della *visual literacy*. Questo è dovuto alla limitata padronanza degli strumenti comunicativi necessari per analizzare e discutere il carattere polisemico del testo visivo presentato. Tuttavia, saper decodificare le immagini, ossia osservarle, percepirle, analizzarle e apprezzarle in maniera critica per cogliere il valore semantico dei singoli elementi, costituisce uno scopo primario anche dell'educazione linguistica. Secondo Caon (2022: 34), infatti, uno degli elementi utili a facilitare l'apprendimento linguistico, è proprio quello di favorire attività multisensoriali in cui il codice linguistico sia integrato con codici non linguistici.

3. Analisi delle immagini nei libri di testo DaF

3.1 Metodologia

Per comprendere meglio come vengono rappresentati i paesaggi linguistici nei materiali didattici per l'apprendimento del tedesco come lingua straniera, è stato adottato un approccio metodologico in due fasi. Inizialmente è stata valutata la quantità di immagini del paesaggio linguistico in un campione di libri di testo volti all'apprendimento del tedesco come lingua straniera; successivamente, tali immagini sono state sottoposte a un'interpretazione qualitativa volta a indagare il loro significato e la loro applicazione nei materiali didattici. Le foto di segno sono state raggruppate in categorie differenti e divise per temi, come si vedrà più avanti, e sono state sottoposte a un'analisi quantitativa rispetto ai temi attribuiti. Non è sempre stato facile assegnare una foto di segno a una specifica categoria: talvolta le foto di segno non sono riconducibili a un unico tema o a un'unica attività.

3.2 Dati

Dopo aver ricercato e analizzato le immagini presenti nei 14 libri di testo, sono state identificate 85 foto di segno appartenenti al LL. I libri di testo sono stati scelti tra quelli più utilizzati negli ultimi anni nella didattica DaF. Osservando la mole considerevole di immagini utilizzate nei testi (due o tre immagini su ogni pagina), si denota da subito una scarsa presenza di paesaggio linguistico nei libri di presi in esame.

I testi analizzati sono destinati principalmente a studenti con competenze linguistiche di livello elementare. A seguire, viene presentato uno schema esplicativo dei materiali osservati[8]:

	TESTO	LIVELLO	CASA EDITRICE	ANNO
1.	Panorama	A2.1	Cornelsen	2015
2.	Studio D	A2	Cornelsen	2006
3.	Studio 21	A2.1	Cornelsen	2014
4.	Eurolingua DEUTSCH 2 – vol. 1	A2	Cornelsen	2006
5.	Eurolingua DEUTSCH 2 – vol. 2	A2	Cornelsen	2006
6.	DaF KOMPAKT	A2	Klett	2017
7.	DaF KOMPAKT	B1	Klett	2018
8.	STUDIO D	B1	Cornelsen	2007
9.	Aspekte neu	B2	Langenscheidt	2008
10.	Aspekte neu	B2	Langenscheidt/Klett	2018
11.	Aspekte neu	C1	Langenscheidt/Klett	2018
12.	Zur Orientierung – Basiswissen Deutschland	A2/B1	Hueber	2023
13.	DaF Leicht Deutsch als Fremdsprache für Erwachsene	A2.1	Klett	2021
14.	DaF Leicht Deutsch als Fremdsprache für Erwachsene	A2.2	Klett	2020

3.3 Risultati

I manuali di lingua più recenti presentano una ricca varietà di materiale visivo, che spazia dalla fotografia all'illustrazione, dal fumetto ai documenti autentici, come biglietti del treno, volantini e insegne. Al contrario, fino agli anni Sessanta le immagini

[8] Di alcuni libri di testo è stata svolta anche un'analisi diacronica (*Aspekte neu*).

proposte erano generalmente in bianco e nero e di carattere molto generico. Negli ultimi anni, le tipologie visive maggiormente impiegate comprendono fotografie e illustrazioni, incluse rappresentazioni grafiche e fumetti, con rare eccezioni di materiale considerabile più 'autentico', in particolare i segni del paesaggio linguistico.

Le illustrazioni vengono preferite in quei casi in cui non si ha a disposizione un equivalente a livello fotografico. Ciò è rintracciabile soprattutto nei testi dei primi anni 2000, antecedenti al 2014/2015: l'impiego del disegno risulta essere più funzionale poiché realizzato appositamente in base alle esigenze dell'autore del materiale didattico. L'uso di vignette per la narrazione di un evento ne è un esempio, come si evince dalle immagini seguenti, presenti in un testo del 2006.



Fig. 1: *Eurolingua Deutsch*, A2, 2006

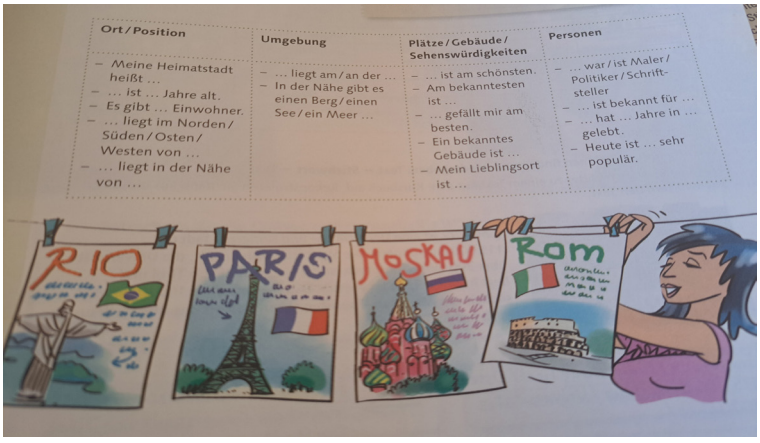


Fig. 2: *Eurolingua Deutsch*, A2, 2006

Maiwald (2006: 116) rileva tuttavia un'integrazione marginale della fotografia nell'insegnamento del tedesco:

> Als Illustrationen, als Bestandteile von Sachtexten und als Schreibanstöße verbinden sich Fotografien als mit dem Deutschunterricht. Geht man davon aus, dass Illustrationen in der Regel Beiwerk bleiben, dass der Deutschunterricht visuelle Anteile von Sachtexten immer noch gerne ausklammert und dass kreatives Schreiben in der schulischen Praxis wenig vorkommt, ergibt sich eine eher bescheidene Bilanz.

Nei libri di testo, tra l'altro, le immagini vengono talvolta stampate, per ragioni di spazio e di layout, in modo tale che il contesto d'uso originale non sia sempre riconoscibile:

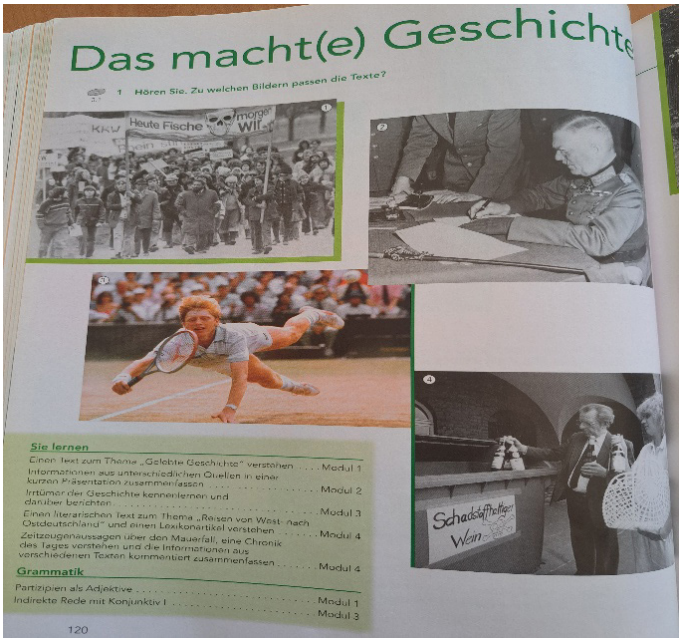
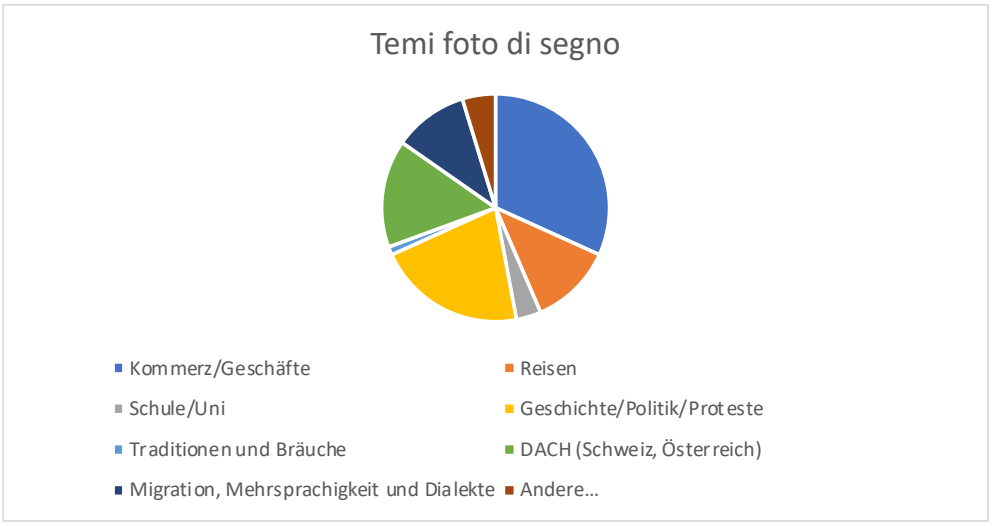


Fig. 3: *Aspekte neu*, C1

3.3.1 Ambiti tematici raffigurati

Come menzionato in precedenza, è stata condotta un'analisi quantitativa sui temi trattati dalle foto di segno presenti nei testi DaF analizzati. Dal grafico che segue, emerge che il 32% di queste immagini rappresenta insegne di negozi o ristoranti, cartellonistica e pubblicità di attività situate in spazi urbani. Tuttavia, non sempre

queste immagini sono riconducibili a contesti rappresentativi della cultura dei paesi germanofoni.



Il 21% delle foto di segno, invece, è utilizzato per attività che riguardano temi storici o politici, nello specifico si riscontrano attività che fanno riferimento principalmente al Muro di Berlino o al periodo storico del Nazionalsocialismo e della DDR/BRD.

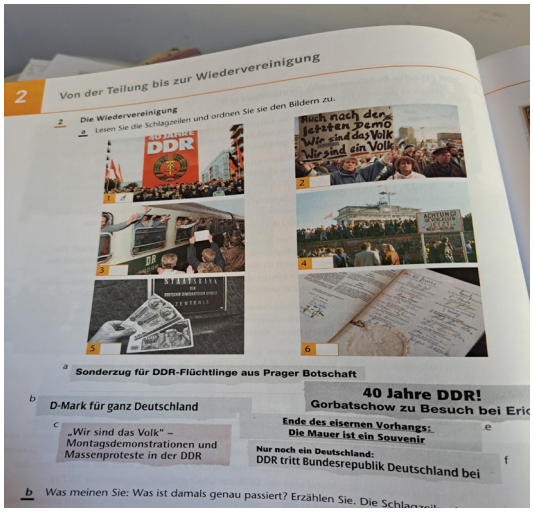


Fig. 4: *Zur Orientierung - Basiswissen Deutschland*, A2/B1

Le immagini, infatti, possono essere utilizzate come fonti, oppure possono essere mediatori di saperi storici. Spesso però si è notato che sono poco significative sul piano cognitivo e non risultano molto utili al docente per una trasposizione didattica che metta gli alunni nella condizione di pensare storicamente (Pentucci 2015: 141).

Le immagini seguenti (fig. 5), tratte da *Aspekte neu* (2018), raffigurano eventi storici di epoche differenti; solo due delle quattro foto possono considerarsi segni del paesaggio di lingua tedesca (manifestazione contro la costruzione della stazione a Stoccarda del 2010 e pubblicità della *Maggi's*, impresa svizzera del settore alimentare). Come spesso accade, le immagini vengono poste prima delle attività per introdurre l'argomento da trattare. Nei testi più recenti le immagini vengono inserite per avviare una *Sensibilisierungsphase* in cui gli/le apprendenti vengono invitati/e a riflettere su ciò che osservano e notano nelle foto, senza conoscerne necessariamente la provenienza; gli/le apprendenti sono guidati/e a esprimere le loro sensazioni in merito a ciò che vedono, acquisendo strumenti linguistici utili per le fasi successive. La prima fase dell'attività, infatti, è introdotta con la domanda seguente: *Sehen Sie die Bilder an. Welche Themen aus der Geschichte werden angesprochen?*

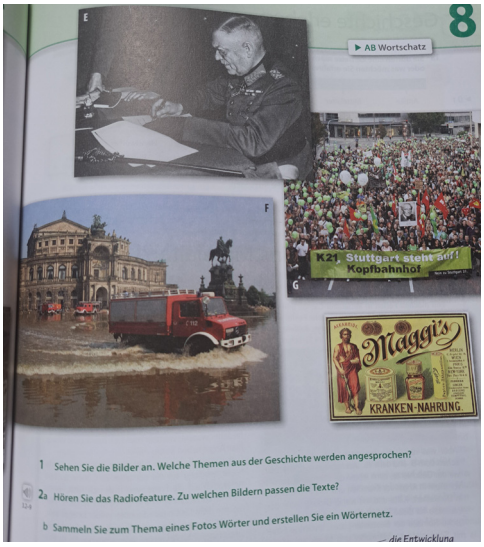


Fig. 5: *Aspekte neu*, B2

Segue, inoltre, un esercizio di ascolto (*Hören Sie das Radiofeature. Zu welchen Bildern passen die Texte?*) e successivamente la compilazione di un *Wörternetz* per ogni foto, utile per il consolidamento e l'ampliamento del lessico favorendo la comprensione delle relazioni semantiche.

Nei testi analizzati le attività con immagini vengono utilizzate soprattutto come supporto ad attività che riguardano la comprensione e la produzione orale. Spesso, infatti, l'utilizzo di una fotografia è legato allo svolgimento di un'attività di ascolto, per cui bisogna estrapolare le informazioni necessarie per completare un dialogo:

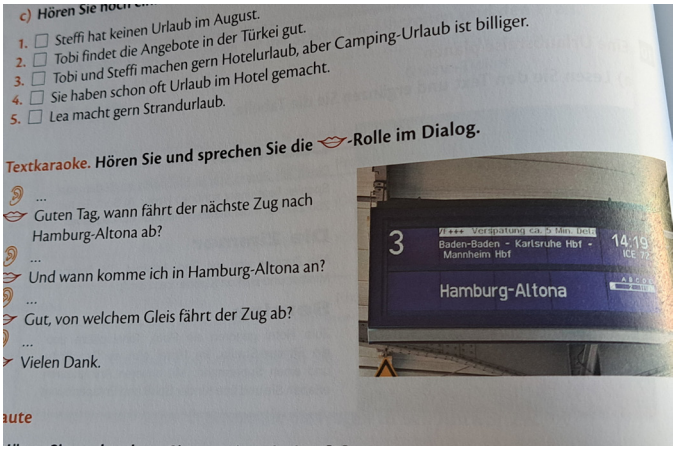


Fig. 6: *Studio 21*, A2

Come evidenziato da Hallet (2010: 39), e come è possibile osservare nell'immagine successiva (fig. 7), si denota una distribuzione su due pagine del libro di numerose immagini, ciascuna con funzioni eterogenee. Hallet sottolinea come l'utilizzo di tali immagini tenda a seguire un approccio quasi naturalizzato, che non permette una riflessione approfondita né sulla loro collocazione né sulla loro funzione (32).



Fig. 7: *Panorama*, A2

Nel campione selezionato molte delle illustrazioni, tra l'altro, non si riferiscono in maniera specifica ai paesi di lingua tedesca, bensì rappresentano in modo generico persone, luoghi (come la scuola) oppure attività da svolgere nel tempo libero. Da questo punto di vista, pertanto, è sorprendente il numero di rappresentazioni del paesaggio linguistico sia piuttosto limitato, in quanto buona parte del materiale visivo presente nei libri di testo oggetto di indagine, rimanda piuttosto a scene di vita quotidiana o a oggetti non necessariamente riconducibili al mondo di lingua tedesca.

Come è possibile osservare nella foto seguente, vi sono tre immagini utilizzate per un'attività che riguarda le festività e le tradizioni tipiche dei paesi di lingua tedesca. Solo una è rappresentativa di un paesaggio linguistico, nello specifico della festa del raccolto la *Erntedankfest* di Urdenbach, quartiere di Düsseldorf[9].

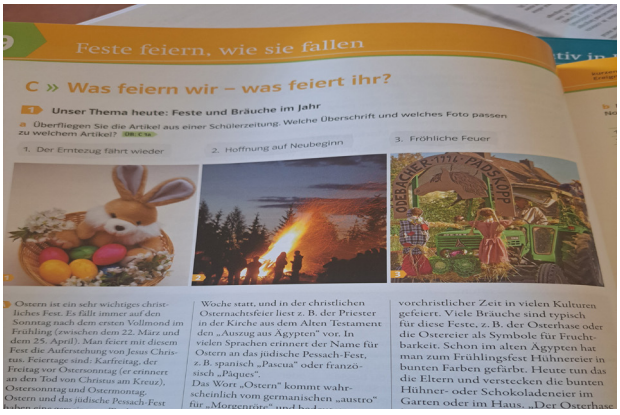


Fig. 8: *DaF Kompakt*, A2

La foto di segno viene presentata insieme a due fotografie che potrebbero esser state scattate in qualsiasi luogo, non ritraendo luoghi o tradizioni legati alla cultura tedesca.

Il termine Odebacher funge da aggettivo derivato dal nome del luogo (Urdenbach) e viene impiegato per designare, all'interno delle associazioni culturali, i gruppi e le iniziative che rappresentano le tradizioni locali.

[9] Nella fig. 8 è presente il termine Odebacher, impiegato come aggettivo derivato dal toponimo Urdenbach nella sua variante dialettale renana. Tale forma linguistica assume una valenza identitaria e affettiva, poichè contribuisce a rafforzare il senso di appartenenza e la specificità culturale della comunità locale. L'*Erntedankfest* di Urdenbach con le sue sfilate di carri addobbati, i costumi tradizionali e le celebrazioni religiose rappresenta un momento di forte coesione sociale. Questa foto di segno potrebbe dunque essere utilizzata come spunto per un'analisi sociolinguistica relativa all'uso dei dialetti e delle varietà locali nei processi di costruzione e rappresentazione dell'identità collettiva.

Perciò, se, da una parte, la visione di un mercato, un parco, può rinviare a qualsiasi posto, in un luogo non definito, invece i segni del LL (vetrina negozio, manifesto, cartellone pubblicitario, segnaletica stradale), conferirebbero al materiale didattico un maggiore grado di autenticità, diventando valore aggiunto e strumento di una comunicazione più eloquente. Inoltre, l'osservazione e l'analisi delle immagini presenti nei segni del LL permetterebbero di attivare l'affettività dell'apprendente grazie alle reazioni emotive suscitate dall'oggetto analizzato. Janíková arriva a parlare di "emozionalità del *Linguistic Landscape*" (Janíková 2017: 141).

4. Qualche considerazione

Pur senza voler stilare classifiche di gradimento, nella consapevolezza dell'impossibilità di rendere conto di tutte le immagini presenti nei manuali visionati, appare comunque opportuno esprimere alcune considerazioni di carattere generale.

Il processo di mediazione dei materiali visivi non sempre è compiuto dal testo in maniera efficace e significativa. L'analisi ha suggerito l'individuazione di alcune criticità, più o meno sempre presenti in tutti i testi presi in esame: mancanza di coerenza con il contesto nella scelta delle immagini e nell'accoppiamento al testo; utilizzo spesso di materiale non autentico e dunque scarsa presenza di segni del paesaggio linguistico; attività limitate rispetto alle foto di segni presenti.

Sono stati identificati diversi segni del paesaggio linguistico nei libri di testo DaF, sebbene in numero piuttosto esiguo rispetto alla quantità di immagini e/o rappresentazioni grafiche presenti nei testi. La maggior parte delle foto di segno rappresentano insegne di negozi o ristoranti o pubblicità di attività presenti in spazi urbani; diverse foto sono utilizzate soprattutto per mediare temi di tipo storico-politico; il 12% delle foto di segno introduce il tema del viaggio, sono infatti a volte presenti tabelloni orari in stazioni/aeroporti che precedono attività che riguardano la produzione orale (esercizi di ascolto, richiesta di informazioni attraverso costruzione di dialoghi). Negli ultimi anni le foto di segno, o comunque più in generale le immagini, vengono utilizzate quasi sempre all'inizio di ogni nuova attività per preparare gli apprendenti per un nuovo argomento specifico, stimolando la loro curiosità attraverso l'osservazione.

Per quanto riguarda le competenze trasversali che potrebbero essere promosse attraverso le foto di segno presenti nei libri di testo, sono state riscontrate poche attività. Esaminare le foto di segno come prodotto multimodale potrebbe aiutare gli apprendenti a migliorare la loro capacità di osservare e interpretare criticamente le immagini. Nel processo di apprendimento delle lingue straniere, va dunque riconosciuto un posto di rilievo sia allo sviluppo della competenza visuale che alla competenza multimodale. Queste competenze rendono il soggetto capace di

comprendere e analizzare "il contesto e le componenti culturali, etiche, estetiche e tecniche coinvolte nella produzione e nell'uso di materiali visivi" (Vezzoli 2017: 212). L'analisi della multimodalità prevede nella didattica delle domande sulla descrizione dei vari elementi semiotici (presenza/assenza di icone, simboli, disegni, colori, caratteri), sul materiale del segno, sulle risorse semiotiche prominenti e sulla sua composizione, che – come si è osservato – non sono sempre presenti.

Nella glottodidattica non basta insegnare solo a leggere e a scrivere una lingua, ma serve lavorare con *literacies* diverse, da quella visiva a quelle auditiva, gestuale e/o spaziale e il paesaggio linguistico è in tal senso un'ottima risorsa, poiché favorisce la sensibilizzazione verso la lingua che si studia, incoraggiando nell'insegnamento e nell'apprendimento l'utilizzo di diversi canali sensoriali.

Di fatto, le immagini – di qualsiasi natura esse siano – presentano indubbi vantaggi sia in termini di memorizzazione che di motivazione all'apprendimento.

Questa attenzione nei confronti della natura multimodale del testo richiede dunque l'adesione ad una prospettiva multimodale, in cui, cioè, il testo è il risultato dell'integrazione di una varietà di risorse semiotiche. Secondo questa prospettiva, devono essere considerati testi visivi anche le insegne di un negozio, i menù di alcuni ristoranti, un logo, un manifesto pubblicitario, spesso più rilevanti ai fini dell'apprendimento rispetto ad altre tipologie di immagine appositamente create e presenti nei manuali. Solamente manuali più recenti presentano attività con tali tipologie ibride di testi visivi, come ad esempio volantini delle offerte del supermercato, assegni, insegne di negozi (vedi fig. 9 e 10):



Fig. 9: *DaF Leicht. Deutsch als Fremdsprache für Erwachsene*, A2.1

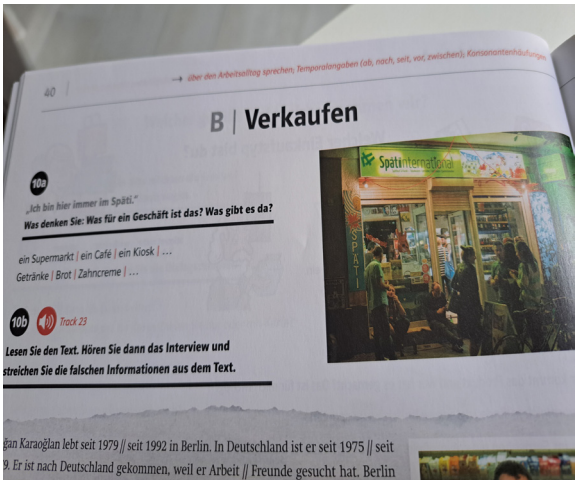


Fig. 10: *DaF Leicht. Deutsch als Fremdsprache für Erwachsene*, A2.1

La multimodalità come strumento di analisi promuove, inoltre, una maggiore consapevolezza linguistica, grazie all'impiego di varie risorse semiotiche che stimolano la sfera della creatività, attivano la motivazione e aiutano ad ampliare il lessico. Gli apprendenti condivideranno con gli altri le sensazioni, i ricordi, le emozioni che quella foto ha suscitato in loro. La narrazione potrà essere vissuta anche come narrazione autobiografica, nel caso in cui l'apprendente desideri raccontare qualcosa di sé.

Le funzioni delle immagini dovrebbero, secondo Hallet, essere utilizzate in modo più consapevole e mirato (cfr. Inal 2020: 338). Saper decodificare immagini, cioè, osservarle e percepirle, analizzarle e apprezzarle in maniera critica per cogliere il valore semantico dei singoli elementi, costituisce uno scopo primario anche dell'educazione linguistica e include una conoscenza della cultura obiettivo, implicando un confronto di carattere interculturale (cfr. Reinfried 2013: 279).

Lavorare con materiale autentico è molto importante; quanto più l'input è naturale, tanto più certo è che l'apprendente acquisisca con più agilità le strutture tipiche della L2. Inoltre, il testo calato in un contesto comunicativo autentico, permette al discente di entrare in contatto non solo con la struttura linguistica in sé, ma anche con la situazione comunicativa in cui tale struttura è utilizzata (Ballestracci 2017: 75). Come sostiene Pederzoli (2016: 75): "scegliere materiale autentico significa essere consapevoli che esso rappresenta la cultura dal punto di vista storico-sociale nel quale tale materiale nasce, ma anche la modalità di espressione di tale cultura, sia essa verbale o iconica".

Per compensare la mancanza di materiale autentico nei libri di testo, il docente può utilizzare diverse strategie, tra cui l'utilizzo di risorse esterne come articoli di giornale, video, ma anche corpora, banche dati online e App che raccolgono foto di segno negli spazi pubblici, oltre a creare materiali didattici personalizzati basati su esperienze reali[10].

[10] Sulla didattizzazione delle foto di segni in ambito germanofono cfr. Palermo/Sgambati (2024); Sgambati (2024).

Bibliografia

Androutsopoulos, Jan (2021), *Linguistic Landscape-Forschung mit dem Smartphone: Möglichkeiten und Grenzen der Webapplikation Linguasnapphamburg*. In E. Ziegler/H.F. Marten (Hg.), *Linguistic Landscapes im Deutschsprachigen Kontext*, Frankfurt a.M.: Peter Lang. 38-64

Austin, John Langshaw (1962), *How to Do Things with Words*, Oxford: Oxford University Press

Badstübner-Kizik, Camilla/Janíková, Věra (2018), *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik: Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*, Berlin: Peter Lang

Bagna, Carla *et al.* (2018), *L'approccio del Linguistic Landscape applicato alla didattica dell'italiano L2 per studenti internazionali*. In C.M. Coonan *et al.* (a cura di), *La didattica della lingua nel nuovo millennio: le sfide dell'internalizzazione*, Venezia: Edizioni Ca' Foscari, 219-231

Ballestracci, Sabrina (2017), *Teoria e ricerca sull'apprendimento del tedesco L2. Manuale per insegnanti in formazione,* Firenze: Firenze University Press

Barni, Monica/Bagna, Carla (2015), *The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL*. «Linguistic Landscape» 1 (1-2), 6-18

Bellinzona, Martina (2018)*, Linguistic Landscape e contesti educativi. Uno studio all'interno di alcune scuole italiane*. «Lingue e Linguaggi» 25, 297-321

Bellinzona, Martina (2021), *Linguistic Landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, Roma: Franco Angeli

Bezemer, Jeff/Kress, Gunther (2008)*, Writing in multimodal texts: A social semiotic account of designs for learning*. «Written Communication» 25 (2), 166-195

Brumfit, Christopher/Johnson, Keith (eds.) (1979), *The Communicative Approach to Language Teaching*, Oxford: Oxford University Press

Caon, Fabio (2022), *Edulinguistica ludica. Facilitare l'apprendimento linguistico con il gioco e la ludicità,* Venezia: Edizioni Ca' Foscari

Casagrande, Marta (2019), *Imparare fotografando. La fotografia per l'apprendimento dell'italiano L2*. «Italiano LinguaDue» 1, 423-442

Cenoz, Jasone/Gorter, Durk (2008), *The Linguistic Landscape as an additional Source of Input in Second Language Acquisition*. «International Review of Applied Linguistics» 46, 267-287

Chapelle, Carol (2020), *Linguistic landscape images and Québec's cultural narrative in French textbooks*. In D. Malinowski/H.H. Maxim, S. Dubreil (eds.), *Language teaching in the linguistic landscape: Mobilizing pedagogy in public space,* Basel: Springer, 43-67

Cicala, Domenica Elisa (2021*), La rappresentazione dell'Italia tra patrimonio paesaggistico e culturale. Riflessioni sull'uso di immagini in una selezione di manuali di italiano per stranieri*. In Toruńskie studia polsko-włoskie XVII/Studi polacco-italiani di Toruń 17, Toruń, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 297-309

Cid Jurado, Alfredo Tenoch (2011), *L'immagine nei manuali didattici di italiano L2*, in P. Diadori (a cura di), *Insegnare italiano a stranieri*, Milano: Le Monnier, 342-351

Council of Europe (2020), *Common European Framework of Reference for Languages: learning, teaching, assessment. Companion volume*, Strasbourg, <https://rm.coe.int/common european-framework-of-reference-for-languages-learning-teaching/16809ea0d4>. Trad it. a cura di M. Barsi/E. Lugarini, *Quadro comune europeo di riferimento per le lingue: apprendimento, insegnamento, valutazione. Volume complementare*. «Italiano LinguaDue» 12 (2), 2020, <https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/15120>

Debes, John (1967), *Visuals are a Language*, New York: Rochester, Eastman Kodak Company

Debes, John (1968), *Some Foundation of Visual Literacy*. «Audiovisual Instruction» 13, 961-964

Doelker, Christian (2002), *Ein Bild ist mehr als ein Bild: Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*, Stuttgart: Klett-Cotta

Gorter, Durk (2018), *Linguistic landscapes and trends in the study of schoolscapes*. «Linguistics and Education» 44, 80-85

Hallet, Wolfgang (2010), *Fremdsprachliche literacies*. In U.A. Kaunzner (Hg.), *Handbuch Fremdsprachendidaktik*, Seelze-Velber, Klett/Kallmeyer, 66-67

Hansen, Maike (2018), *Das Bild im Fremdsprachenunterricht – facettenreich von der Semantisierungshilfe bis zum Sprechanlass*. In U.A. Kaunzner (Hg.), *Bild und Sprache. Impulse für den DaF-Unterricht*, Münster/New York: Waxmann, 149-159

Hymes, Dell (1972), *On Communicative Competence*. In J.B. Pride/J. Holmes (eds.), *Sociolinguistics*, Harmondsworth: Penguin, 269-293

Inal, Benjamin (2020), *Lehrwerksbilder und Visual literacy. Die Funktionen von Bildern in fremdsprachlichen Lehrwerken auf dem Prüfstand*. «Zeitschrift für Interkulturellen Fremdsprachenunterricht» 25 (2), 325-354

Janíková, Věra (2018), *Linguistic Landscapes aus fremdsprachendidaktischer Perspektive*. In C. Badstübner-Kizik/V. Janíková (Hg.), *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik: Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*, Berlin: Peter Lang, 137-172

Kress, Gunther/van Leeuwen, Theo (1996), *Reading images: The grammar of visual design*, London/New York: Routledge

Malinowski, David/Maxim, Hiram/Dubreil, Sébastien (eds.) (2020), *Language Teaching in the Linguistic Landscape: Mobilizing Pedagogy in Public Space*, Basel: Springer Nature

Maiwald, Klaus (2006), *Fotografie und Deutschunterricht*. In A.Holzbrecher/I. Oomen-Welke/J.Schmolling (Hg.), *Fotografie + Text. Handbuch für die Bildungsarbeit,* Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 113-124

Palermo, Silvia/Sgambati, Gabriella (2024), *I paesaggi linguistici plurilingue e la didattica: il caso del Südtirol*. In C. Flinz *et al.* (Hg.), *Sviluppo della competenza plurilingue nella didattica delle lingue straniere (DaF/DaZ e italiano LS/L2) nell'era digitale: risorse lessicografiche, corpora e nuove tecnologie*, «Linguistik Online» 126 (2), 125-150

Pederzoli, Mirella (2016), *Il materiale visivo nei manuali di italiano L2*. «Teaching Italian Language and Culture Annual» 2, 71-95

Pentucci, Maila (2015), *Le immagini nei libri di storia per la scuola primaria*. «Form@re - Open Journal» 15 (2), 129-144

Prada, Massimo (2022), *Letture multimodali per l'educazione linguistica*. In M. Dota *et al.* (a cura di), *Multimedialità e multimodalità. Teoria, prassi e didattica dei testi complessi*. «Quaderni di Italiano L2» 5, 86-132

Reinfried, Marcus (2013), *Vom „Stellvertreter" zum „Türöffner" – Bilder in Fremdsprachen-Lehrwerken*. In G. Lieber (Hg.), *Lehren und Lernen mit Bildern. Ein Handbuch zur Bilddidaktik,* 2., überarb. Aufl., Baltmannsweiler: Schneider, 199-212

Reinfried, Marcus (2016), *Bilder in der Lehrwerkphase im Französisch- und Spanischunterricht*. In E. Klein/ M. Reinfried (Hg.), *Bilder im kompetenzorientierten Fremdsprachenunterricht Akten des GMF Sprachentages Aachen 2013*, Gießen: Giessener Elektronische Bibliothek, 5-43

Searle, John Rogers (1969), *Speech Acts: an Essay in the Philosophy of Language*, Cambridge: Cambridge University Press

Sgambati, Gabriella (2024), *Multimodalità e Linguistic Landscape. Applicazioni alla didattica della lingua tedesca*. In L. Cirillo/R. Nodari (a cura di), *Contesti, pratiche e risorse della comunicazione multimodale*, Studi AItLA, Milano: Officinaventuno, 225-245

Shohamy, Elana /Gorter, Durk (eds.) (2009), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, London/New York: Routledge

Stöckl, Hartmut (2011), *Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz*. In H. Diekmannshenke/ M. Klemm/H. Stöckl (Hg.), *Bildlinguistik. Theorien. Methoden. Fallbeispiele*, Berlin: Erich Schmidt, 45-70

Vezzoli, Yvonne (2017), *Visual Literacy: a Definition Problem*. «Formazione e insegnamento», 15 (2), 211-217

Testi DaF consultati

1. Panorama, A2.1, Cornelsen, 2015
2. Studio D, A2, Cornelsen, 2006
3. Studio 21, A2.1, Cornelsen, 2014
4. Eurolingua Deutsch 2 – vol. 1, A2, Cornelsen, 2006
5. Eurolingua Deutsch 2 – vol. 2, A2, Cornelsen, 2006
6. DaF Kompakt, A2, Klett, 2017
7. DaF Kompakt , B1, Klett, 2018
8. Studio D, B1, Cornelsen, 2007
9. Aspekte neu B2, Langenscheidt, 2008
10. Aspekte neu B2, Langenscheidt/Klett, 2018
11. Aspekte neu C1, Langenscheidt/Klett, 2018
12. Zur Orientierung – Basiswissen Deutschland, A2/B1, Hueber, 2023
13. DaF Leicht Deutsch als Fremdsprache für Erwachsene, A2.1, Klett, 2021
14. DaF Leicht Deutsch als Fremdsprache für Erwachsene, A2.2, Klett, 2020

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 87-109 | ISSN 1124-3724

Ulrike Simon

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

The aim of this article is to make a strong case for Linguistic Landscaping in German as a Foreign Language (GFL) lessons and to demonstrate the great potential of this approach. It is shown that this method is not only in line with the basic principles of modern foreign language didactics, but also that it supports the pursuit of essential teaching/learning goals in the long term. This theoretical introduction to the discourse leads to a lesson outline designed for learners of German from level A2 and serves as an example of how language and culturally reflective learning can be stimulated through Linguistic Landscapes. The aim of this approach is to create awareness among learners so that they may perceive their environment as a linguistic landscape which offers them a variety of stimuli for incidental, autonomous language learning.

Language and culturally reflective learning
with Linguistic Landscapes in DaF/GFL-lessons

[Linguistic Landscapes; didactics of German as a foreign language;
language and cultural awareness; phonetics; morphology]

1. Einleitung

Die Untersuchung unserer Lebenswelt als Sprachlandschaften stellt bekanntermaßen ein recht junges Forschungsgebiet dar, mit dem zunächst hauptsächlich soziolinguistische Fragestellungen verbunden waren[1]. Erste Erkenntnisse zur Bedeutung von Schrift im öffentlichen Raum, z.B. in Bezug auf gesellschaftliche Machtstrukturen, weckten bald das Interesse seitens der Zweit- und Fremdsprachendidaktiken. Angeregt durch Veröffentlichungen zu Englisch als Zweitsprache

[1] Der Begriff *Linguistic Landscapes* bezeichnet einerseits das Phänomen, dass öffentliche Räume Sprachlandschaften darstellen, „andererseits ein der Untersuchung dieses Phänomens gewidmetes Forschungsgebiet – und immer mehr auch ein Fachgebiet mit einem speziellen Mix aus Untersuchungsmethoden und Begriffen“ (Ehrhardt/Marten 2018: 3). In Bezug auf ein methodisches Vorgehen, das die Wahrnehmung von Zeichen im öffentlichen Raum fördert, wird in diesem Beitrag der Begriff *Linguistic Landscaping* verwendet.

(vgl. u.a. Cenoz/Gorter 2008) fand die Idee, Sprachlandschaften im Sinne von *Lernlandschaften* (vgl. Schiedermair 2018) für die DaZ- und DaF-Didaktik nutzbar zu machen, in den vergangenen Jahren zunehmend Zuspruch. Neben den zahlreichen Beiträgen, die theoretisch sowie anwendungsorientiert das Potential dieses Ansatzes vor Augen führen, wurde vereinzelt auch der Verdacht laut, „dass die beanspruchte Anschlussfähigkeit des Konzepts an aktuelle Forschungskonzepte und Theoriepositionen im Fach Deutsch als Fremd- und Zweitsprache" nicht eingelöst werde (Altmayer 2021: 110) und es sich folglich „eher um eine fachfremde und vorübergehende Modeerscheinung" handle (*ebd.* 109).

Ziel des vorliegenden Beitrags ist es hingegen, aufzuzeigen, inwiefern das methodische Vorgehen des *Linguistic Landscapings* mit den zentralen Prinzipien der modernen Fremdsprachendidaktik in Einklang steht. Dazu wird zunächst die entsprechende fachdidaktische Diskussion zusammenfassend dargestellt. In der Folge werden methodische Aspekte sowie allgemeine Lehr-/Lernziele hervorgehoben, die mit dem *Linguistic Landscaping* im Fremdsprachenunterricht in Verbindung stehen. Im dritten Abschnitt wird ein Unterrichtsentwurf vorgestellt, der das Potential dieses Ansatzes für sprach- und kulturreflexives Lernen verdeutlicht. Dabei stehen sechs Plakate im Vordergrund, mit denen die Deutsche Botschaft Rom im Jahr 2022 in vier süditalienischen Städten für Deutsch geworben hat. Die gezielte Arbeit mit diesen Werbekommunikaten im Unterricht mündet in eine Erkundung der Lernumgebung außerhalb des Klassenraums, deren Reichtum an Lernimpulsen auf diese Weise erfahrbar gemacht wird.

2. Fremdsprachendidaktische Perspektiven auf *Linguistic Landscapes*

2.1 Kritische Ansichten auf dem Prüfstand

Das *Linguistic Landscaping*, d.h. das Sammeln von Schriften, Bildern und anderen Symbolen im öffentlichen und semi-öffentlichen Raum, die mit der Zielsprache und -kultur in Verbindung zu bringen sind, steht seit einigen Jahren im Zentrum zahlreicher fremdsprachendidaktischer Studien. Davon zeugen u.a. Sammelbände (vgl. Marten/Saagpakk 2017; Badstübner-Kizik/Janíková 2019), Themenhefte von Fachzeitschriften (vgl. Ehrhardt/Marten 2018) und Fachtagungen, die sich generell oder in entsprechenden Sektionen diesem Ansatz widmen (vgl. etwa den seit 2008 jährlich stattfindenden internationalen *Linguistic Landscape Workshop*[2]). Bei derart viel Aufmerksamkeit, die dem Thema in den letzten Jahren zukommt, ist es nicht verwunderlich, dass vereinzelt auch kritisch

[2] <https://linguisticlandscape15.weebly.com> [01.11.2024].

hinterfragt wird, ob dieser Ansatz den Anforderungen und Untersuchungsinteressen des Faches DaF/DaZ grundsätzlich und dauerhaft gerecht werden kann. Im Folgenden werden einige dieser Kritikpunkte vor dem Hintergrund gängiger fremdsprachendidaktischer Methoden und Lernziele durchleuchtet.

Beanstandet wird u.a., dass „die im Wissenschaftsbereich Didaktik/Methodik seit vielen Jahren betriebene Diskussion über die Modellierung operationalisierbarer und überprüfbarer sprachbezogener Kompetenzen" (Altmayer 2021: 110) nicht ausreichend zur Kenntnis genommen werde. Es stellt sich allerdings die Frage, ob grundsätzlich alle Ansätze, die für Fremdsprachenerwerbsprozesse nutzbar gemacht werden können, die (generell legitime) Forderung nach Operationalisierbarkeit und Überprüfbarkeit von Kompetenzen in den Fokus rücken müssen. Demgegenüber steht bei vielen didaktischen Konzepten (Lernprojekten, Unterrichtsentwürfen, Wettbewerben etc.), die sich methodisch am *Linguistic Landscaping* orientieren, *bewusst* der *Weg als Ziel* im Vordergrund, wobei selbstverständlich das dabei erworbene sprachliche und kulturelle Wissen auch überprüft werden kann.

Ein zweiter Kritikpunkt betrifft die Art der Verwendung des Begriffs *Linguistic Landscapes* im Kontext DaF/DaZ, die irrtümlich suggeriere, „dass Sprachlandschaften inhaltlich zusammenhängende Diskursräume konstituieren" (*ebd.* 111). Dementsprechend entzögen sich die durch die Arbeit mit *Linguistic Landscapes* angeregten, vereinzelten Einblicke in die gesellschaftliche Wirklichkeit einer Abbildung ihrer unumstrittenen Vielfältigkeit und Komplexität. Dem ist m.E. entgegenzusetzen, dass wir Wirklichkeit immer nur ausschnitthaft darstellen können und dass der „Gefahr [...], recht zufällig und unsystematisch Ergebnisse zu generieren" durch ausdrückliches Definieren des Erkenntnisinteresses sowie durch „Klarheit über die Repräsentativität des Untersuchungsraumes" begegnet werden kann (Marten 2017: 178f.). Darüber hinaus stellen die untersuchten Wirklichkeitsausschnitte einen Teil des Ganzen dar, eine Stimme (wenn auch) unter vielen, die durch ihre Einzigartigkeit nicht zwangsläufig etwas an Bedeutsamkeit für sprach- und kulturreflexives Lernen einbüßt. Es wäre vermessen, davon auszugehen, dass die vollständige Abbildung einer von Heterogenität geprägten Sprachgemeinschaft und ihrer Diskurse durch *Linguistic Landscaping* im DaF-/DaZ-Unterricht möglich wäre. Dieser Ansatz zielt dagegen in erster Linie darauf ab, die Wahrnehmung der eigenen Lebenswelt nachhaltig zu schärfen, um darin auffindbare Zeichen zu erkennen. Dadurch wird das (fremd-)sprachliche und kulturelle Lernen unterstützt, und es werden die für ihre Dekodierung notwendigen Kompetenzen trainiert. Wahrnehmungs- und Deutungsfähigkeit

sind hierbei Schlüsselkompetenzen, die das Erschließen von (Sprach-)Räumen ermöglichen:

> Vom Grad unserer Aufmerksamkeit und Wahrnehmungsfähigkeit, von unserer Erfahrung und Erwartung, von unseren Dekodierungs- und Interpretationsfähigkeiten in Bezug auf diese vielen und vielgestaltigen Texte hängt es ab, in welchem Maße sie den uns umgebenden öffentlichen Raum zugänglicher, verständlicher, lesbarer, bedeutsamer und vertrauter machen können, inwieweit sie uns dabei helfen, selbstbestimmt eigene Wege in ihm zu finden, ihn für uns nutzbar, ihn zu ‚unserem Raum' zu machen. Ob wir […] (pop-)kulturelle Anspielungen und Wortspiele verstehen, ob wir die zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen mit Hilfe von verschrifteter Sprache, von Symbolen und Bildern geführten ‚Gespräche' überhaupt bemerken (und dann auch einordnen können), ob wir die in den unterschiedlichen Texten sichtbar werdende sprachliche, kulturelle, zeitliche und symbolische Tiefe und Vielstimmigkeit des öffentlichen Raumes erkennen, [...] dies alles hängt wesentlich davon ab, von welcher Ausgangsposition aus wir in eine konkrete Linguistic Landscape starten. (Badstübner-Kizik/Schiedermair 2021: 238)

Ein weiterer, grundlegender Kritikpunkt hinsichtlich der zweit- und fremdsprachendidaktischen Nutzung von *Linguistic Landscapes* besteht darin, dass das Lernen bei diesem Ansatz „vom Medium her gedacht" sei, also die „Fragerichtung" entgegen maßgeblicher didaktischer Prinzipien umgekehrt werde:

> Die Frage sollte nicht lauten: was kann ich mit einem bestimmten Medium im Unterricht anfangen, für welche Lehr- und Lernziele kann ich es nutzen, sondern umgekehrt: was wollen und sollen Lernende in bestimmten Lehr-Lernkontexten lernen, welche Kompetenzen will ich mit meinem Unterricht fördern und welche Medien können den Lernprozess unterstützen? Die didaktische Entscheidung für bestimmte Medien folgt den anzustrebenden Lehr- und Lernzielen und nicht umgekehrt! (Altmayer 2021: 111f.)

Sicherlich ist die hier skizzierte Fragerichtung in vielen Lehr-/Lernkontexten grundsätzlich sinnvoll. Dennoch ist nicht von der Hand zu weisen, dass die fachdidaktische Diskussion auch in der Vergangenheit oft und durchaus mit gewinnbringenden und zukunftsweisenden Erkenntnissen vom Medium ausging. Man denke etwa an die im Zuge technologischer Entwicklung eingeleitete Reflexion des Einsatzes von sog. Neuen Medien im Fremdsprachenunterricht seit Ende des vergangenen Jahrhunderts, aber auch an die aktuelle Diskussion um die Nutzung von künstlicher Intelligenz. Insofern ist es gerade dann sinnvoll, vom Medium auszugehen, wenn dieses (hier die Sprachlandschaft) authentisches Material in der realen Lebenswelt der Lernenden anbietet und es mit vielfältigen Lehr-/Lernzielen in Verbindung gebracht werden kann.

2.2 Grundprinzipien, methodische Aspekte und globale Lehr-/Lernziele des modernen Fremdsprachenunterrichts

Bekanntlich ist der moderne Fremdsprachenunterricht von bestimmten Grundprinzipien geleitet, die einerseits von Gegensätzlichkeit geprägt sind, aber andererseits im Hinblick auf ihre Funktion in unterschiedlichen Unterrichts- bzw. Lernphasen als komplementär zu verstehen sind.

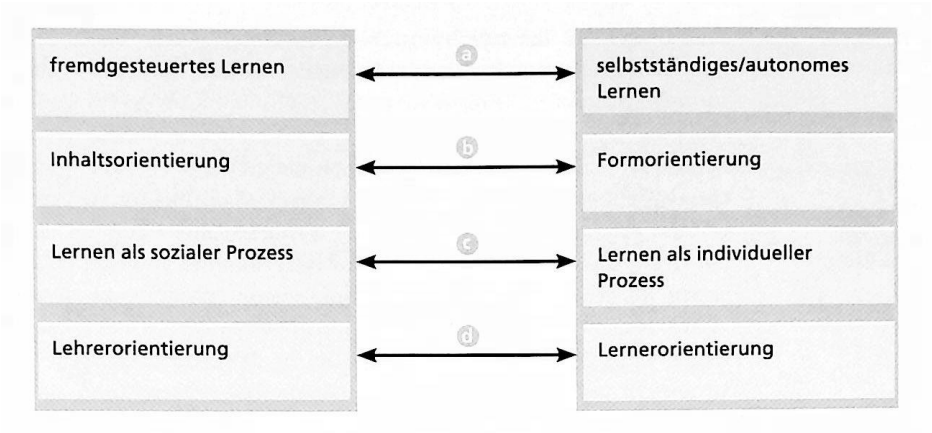


Abb.1: Beispiele für gegensätzliche didaktisch-methodische Prinzipien des Fremdsprachenunterrichts (Schart/Legutke 2012: 41)

So gesehen können bei der Arbeit mit *Linguistic Landscapes* im Fremdsprachenunterricht alle hier aufgeführten Prinzipien zum Tragen kommen. Wie die in Abschnitt 3 skizzierte Unterrichtseinheit verdeutlichen wird, ist es bei Zielgruppen, die mit dem *Linguistic Landscaping* nicht vertraut sind, in der Einführungs- und ersten Erarbeitungsphase sinnvoll, den Lernprozess mit vorgegebenen Arbeitsmaterialien und entsprechenden Aufgabenstellungen zu steuern (fremdgesteuertes Lernen/Lehrerorientierung). Die Auswahl der zu bearbeitenden Beispiele und die damit verbundenen Lernziele sowie Aufgabenstellungen sollten sich jedoch an der Lebenswelt der Lernenden orientieren (Lernerorientierung). Die Aufgaben können dann in Gruppenarbeit gelöst und im Plenum mit der Klasse geteilt werden (Lernen als sozialer Prozess). Im Zentrum der Reflexion stehen hierbei sowohl form- als auch inhaltsbezogene Aspekte (Inhalts- und Formorientierung). In einer weiterführenden Phase außerhalb des Klassenraums sammeln und bearbeiten die Lernenden dann selbständig weitere Beispiele aus ihrer

unmittelbaren Umgebung, die ihren individuellen Interessen, Möglichkeiten und Bedürfnissen entsprechen (selbständiges, autonomes Lernen/Lernen als individueller Prozess). Diese Phase des entdeckenden Lernens, die Teil einer Projektarbeit sein kann, ist durch Handlungsorientierung, einem weiteren wichtigen Prinzip des modernen Fremdsprachenunterrichts charakterisiert.

> Darüber hinaus basiert die Arbeit mit *Linguistic Landscapes* im Fremdsprachenunterricht auf anderen grundlegenden didaktischen Prinzipien, wie dem der interkulturellen Ausrichtung, der Berücksichtigung vorhandener Mehrsprachigkeit, sowie der methodischen Ausrichtung auf Aufgaben, die den Lernenden individuellen Spielraum bei der Bearbeitung lassen. (vgl. dazu exemplarisch Ende *et al.* 2013: 26-32)

Methodisch kann beim *Linguistic Landscaping* im Fremdsprachenunterricht interdisziplinär gearbeitet und auf das Instrumentarium aus verschiedenen Bezugswissenschaften zurückgegriffen werden (vgl. Janíková 2018: 140f.; Simon 2023: 253ff.). Dazu zählen im Besonderen die linguistischen Teilbereiche Semiotik, Pragmatik, Morphologie, Bildlinguistik, Textlinguistik, Interkulturelle Kommunikation und Mehrsprachigkeit sowie die Kulturwissenschaften und Fachdidaktiken.

> In der betreffenden Fachliteratur werden die zahlreichen globalen Lehr-/Lernziele bereits ausführlich aufgelistet, die durch das *Linguistic Landscaping* im Fremdsprachunterricht verfolgt werden können (vgl. dazu exemplarisch Janíková 2018; Palermo/Sgambati 2024: 130ff.). Davon sei an dieser Stelle die Bedeutung von *Sprach- und Kulturbewusstheit* hervorgehoben. Aus (fremdsprachen)didaktischer Perspektive ist eine „ganzheitliche" Auffassung des Begriffs *Sprachbewusstheit* sinnvoll, die neben linguistisch-kognitiven auch emotionale, motivationale und soziale Aspekte einbezieht: „Es geht also nicht mehr nur um Wissen und Denken über Sprache, sondern auch um Interesse, und Sensibilität für Sprachenlernen in sozialen und kulturellen Handlungsfeldern". (Wildemann/Bien-Miller/Akbulut 2020: 120)

Sprachbewusstheit kann demnach wie folgt definiert werden:

> We define Language Awareness as explicit knowledge about language, and conscious perception and sensitivity in language learning, language teaching and language use. It covers a wide spectrum of fields. For example, Language Awareness issues include exploring the benefits that can be derived from developing a good knowledge about language, a conscious understanding of how languages work, of how people learn them and use them[3].

Somit bezieht Sprachbewusstheit auch *Sprachlernbewusstheit* mit ein und es kann zusammenfassend festgehalten werden, dass eine „erhöhte Sprachbewusstheit

[3] <https://www.languageawareness.org/?page_id=48> [22.11.2024].

zu einer Verbesserung der Kenntnis von Sprache, der Sprachhandlungsfähigkeit, der Sprachlernfähigkeit und der Fähigkeit, Sprache(n) zu unterrichten, führt". (Gnutzmann 2010: 115)

3. Sprachliches und kulturelles Lernen mit *Linguistic Landscapes*: ein Unterrichtsentwurf

Der im Folgenden skizzierte Unterrichtsentwurf wurde für Deutschlernende in Italien ab der Niveaustufe A2 entwickelt und kann gleichermaßen im sprachpraktischen Unterricht von Schule und Hochschule eingesetzt werden. Zu den primären übergeordneten *Lernzielen* der Unterrichtseinheit zählt es, die Wahrnehmung der Lernenden nachhaltig zu beeinflussen, indem ihre Aufmerksamkeit auf (fremdsprachliche und -kulturelle) Zeichen gerichtet wird, denen sie in ihrer Lebenswelt außerhalb des Klassenraums begegnen. Dabei sollen sie ihr Umfeld als Lernumgebung entdecken, die ihnen alltäglich Anreize für inzidentelles, autonomes, sprach- und kulturgebundenes Lernen bietet. Die für diesen Unterrichtsentwurf zusammengestellten Materialien bieten darüber hinaus Gelegenheit dazu, über Vorurteile und Stereotype in Bezug auf Deutsch und die damit verbundenen Muster der Fremdwahrnehmung nachzudenken[4]. Ziel ist es dabei, durch die Reflexion der (hier) mit Fremdwahrnehmung des Deutschen in Verbindung gebrachten phonetischen und morphologischen Aspekte, einerseits die Subjektivität dieser Perspektive zu verdeutlichen und andererseits das kreative Potential, das die deutsche Sprache in sich birgt, zu entdecken. Sprach- und Kulturreflexion werden dabei auch insofern miteinander verknüpft, als sie ein kritisches Überdenken von negativen Fremdbildern der Deutschen mit dem Ziel einbeziehen, stereotype Wahrnehmungsmuster zu überwinden.

Die Unterrichtsplanung folgt der klassischen Dreiteilung in die Phasen *Einstieg, Erarbeitung* und *Anwendung bzw. Transfer* (vgl. dazu exemplarisch Ende *et al.* 2013: 98-109).

3.1 Einstieg

Um in das Thema *Linguistic Landscapes* einzuführen, d.h. Lernende dafür zu sensibilisieren, ihr eigenes Umfeld als Ressource für sprach- und kulturreflexives Lernen wahrzunehmen, wird ein Foto an die Wand projiziert bzw. auf der elektronischen Tafel gezeigt. In diesem Fall handelt es sich um ein Beispiel aus einem Korpus der Autorin, in dem seit 2018 Fotos von Schriften, Gegenständen und Symbolen gesammelt werden, die auf die deutsche Sprache und Kultur im Sinne von DACH verweisen, also auch Beispiele inkludieren, die mit Österreich oder

[4] Vgl. zu Mustern der Fremdwahrnehmung im Kontext von Interkulturalität Simon (2025: 30-43).

der deutschsprachigen Schweiz in Verbindung zu bringen sind. Derzeit umfasst das Korpus über 400 Belege, die alle aus öffentlichen und semi-öffentlichen Räumen in Bari und der näheren Umgebung stammen.



Abb. 2: Laternenmast mit deutschen Aufklebern (Foto von U. Simon)

Die Lernenden werden in dieser Einstiegsphase anhand folgender Fragen zur Deutung des Fotos angeregt:

- Was seht ihr auf dem Foto?
- Was ist auf den Aufklebern zu lesen?
- Welche Bildelemente und Symbole sind zu sehen?
- Wer ist vermutlich Urheber (Autor) der Aufkleber?
- Wer könnte diese Aufkleber angebracht haben?
- Wo könnte dieser Laternenmast stehen?

Da vermutlich viele Lernende annehmen, dass das Foto in einer deutschen Stadt aufgenommen wurde, kommt es zu einem *Aha-Effekt*, sobald sie – eventuell durch genauere Betrachtung des Hintergrunds oder nach Aufklärung durch die Lehrkraft – erfahren, dass es in Bari gemacht wurde. Dies ist ein erster wichtiger Schritt, um sie für eine bewusstere Wahrnehmung ihres Umfelds zu motivieren.

Bei der Besprechung des Beispiels kann recht schnell herausgearbeitet werden, dass der obere und der untere Aufkleber jeweils auf deutsche Fußballvereine (1. FC Union Berlin und TSV 1860 München) verweisen, deren Fans offensichtlich diese Spur im öffentlichen Raum hinterlassen haben[5]. Als Vorbereitung auf die darauffolgende Arbeitsphase ist es bei der Besprechung dieses einführenden Beispiels sinnvoll, den Fokus auf den mittleren Aufkleber zu richten, der auch weniger leicht zu deuten ist. Dazu können folgende weiterführende Fragen gestellt werden:

- Aus welchen Wörtern setzt sich das Kompositum „Plattenbunker" zusammen?
- Was für ein Raum ist ein Bunker? Wie ist er beschaffen und welche Funktion hat er normalerweise?
- Wofür steht die Kurzform „Platte"?
- Was könnte das Wort „Plattenbunker" also bedeuten?

Zur Überprüfung der Hypothesen wird ein Reel, also ein Kurzvideo von einem Rave gezeigt, der von dem Musiklabel *Plattenbunker* organisiert wurde. Dadurch wird veranschaulicht, dass das Wort „Plattenbunker" die Vorstellung von einem dunklen, isolierten Raum evoziert, in dem (Schall-)Platten aufgelegt werden[6].

Schon bei der Besprechung dieses einführenden Beispiels wird deutlich, dass solche *Mikrotexte*[7], denen wir im Alltag begegnen (Aufkleber auf Laternenmas-

[5] Vgl. zu kulturbezogenem Lernen mit *Linguistic Landscapes* am Beispiel von Fußball und Fankultur Simon (2024b).

[6] <https://www.instagram.com/plattenbunker_official/> [22.11.2024].

[7] Der Begriff Mikrotexte wird in der Textlinguistik je nach Untersuchungsgegenstand unterschiedlich definiert. Blühdorn (2006: 279) schreibt dem „prototypischen" Mikrotext (in Abgrenzung zu Makrotexten) folgende Merkmale zu: Er stamme von einem einzigen Autor, sei zu einem bestimmten Zeitpunkt, mit einer bestimmten Handlungsabsicht verfasst worden, behandle ein bestimmtes Thema, gehöre zu einer bestimmten Textsorte und bestehe ausschließlich aus sprachlichen Komponenten (Wörtern und Sätzen). In Anlehnung an Blühdorn bezieht sich Makowska (2013: 71) in ihrer Untersuchung von „Text-Subflächen" mit dem Begriff Mikrotexte auf „solche Sprechhandlungsresultate [...], die im Hinblick auf ihre mögliche Multimodalität von ihren Rezipienten in einem Kognitionsakt holistisch wahrgenommen und funktional interpretiert werden können". Vor diesem Hintergrund wird der Begriff Mikrotext im vorliegenden Kontext generell für alle Kurztexte verwendet, die den ersten von Blühdorn beschriebenen Kri-

ten, Verkehrsschildern, Briefkästen, Beschriftungen auf Produkten im Supermarkt, mehrsprachige Hinweisschilder u.v.a.m.), Impulse geben können, um etwas über die Fremdsprache und -kultur zu lernen.

3.2 Erarbeitung

Im Anschluss werden die Lernenden in Gruppen eingeteilt. Das ausgewählte Material ermöglicht es, insgesamt sechs Gruppen zu bilden. Im Zentrum der Gruppenarbeit stehen Plakate einer Werbekampagne, die die Deutsche Botschaft Rom 2022 in den süditalienischen Städten Neapel, Bari, Palermo und Trapani startete, um im Rahmen des *Jahres der deutschen Sprache in Italien* Werbung für Deutsch zu machen und Vorurteile gegenüber der deutschen Sprache und Kultur abzubauen.[8] Die Kampagne besteht aus sechs zweisprachigen Werbeplakaten, die gleichartig aufgebaut sind.



Abb. 3: Werbeplakat zum Abbau von Vorurteilen gegenüber Deutsch (Foto von U. Simon)

terien entsprechen, sich jedoch auch (z.B. in Text-Bild-Gefügen) durch Multimodalität auszeichnen können.

[8]<https://www.madeingenesi.it/portfolio/ambasciata-della-repubblica-federale-di-germania-2/> [22.11.2024].

In der *Headline* steht jeweils ein deutsches Schlagwort, das die Aufmerksamkeit der Passant_innen erregen soll[9]. Jedes Schlagwort ist mit einem Asterisk versehen, der auf eine Fußnote verweist, in der eine kurze Erklärung auf Italienisch zu dem Schlagwort gegeben wird. In der Mitte der Plakate befindet sich jeweils ein Bild, das inhaltlich zwischen Headline und Subheadline vermittelt. In der *Subheadline*, die unter dem Bild platziert ist, stehen sich jeweils zwei fettgedruckte Adjektive gegenüber. Das erste hinterfragt ein Vorurteil in Bezug auf Deutsch, dem eine positive Eigenschaft im darauffolgenden Ausrufesatz entgegengesetzt wird (s. Tab. 1). Den Abschluss bildet der *Slogan* „La lingua tedesca non è come te la immagini.“, der die Werbebotschaft der Kampagne zusammenfasst: Die deutsche Sprache ist anders (nämlich überraschend positiver) als das (negative) stereotype (Fremd-)Bild, das Personen mit anderer/n Erstsprache/n (hier Italienisch) von ihr haben.

Schlagwort	*Fußnotentext*	*Subheadline*
Krapfen	Il Krapfen è un goloso dolce tedesco ripieno di crema.	**Pesante?** Il tedesco è **dolcissimo**!
Orchester	La lingua tedesca ha una musicalità tutta sua.	**Complesso?** Il tedesco è **sinfonico!**
Zauberkunststück	Gioco di prestigio. Alcune parole tedesche sembrano formule magiche.	**Indecifrabile?** Il tedesco è **magico!**
Liebeserklärung	Dichiarazione d'amore. Tante lettere e un solo cuore.	**Smisurato?** Il tedesco è **romantico!**
Bauhaus	Il Bauhaus è un movimento fondato dall'architetto tedesco Walter Gropius.	**Inquadrato?** Il tedesco è **creativo!**
Fortschritt	Progresso. Nel 1453 Johannes Gutenberg inventò la stampa a caratteri mobili.	**Macchinoso?** Il tedesco è **visionario.**

Tab. 1: Textbausteine der Werbeplakate

Jede Gruppe bearbeitet eines der Plakate anhand entsprechender Arbeitsaufträge. Aus Platzgründen werden im Folgenden nur drei der sechs Plakate besprochen, bei denen unterschiedliche sprachliche bzw. kulturelle Aspekte im Vordergrund stehen. Eine Reihe konkreter Arbeitsaufträge zu den ersten beiden Beispielen verdeutlichen im Detail mögliche Inhalte der Gruppenarbeit.

[9] Vgl. zu Form und Funktion von Textbausteinen und Bildelementen in der Werbesprache Janich 2013[6].

3.2.1 Beispiel Krapfen: Sprachgebundene Aspekte (Phonetik)

Als erstes Beispiel für die Analyse der Werbekommunikate wurde gezielt ein Plakat gewählt, das das weitverbreitete Vorurteil thematisiert, die deutsche Sprache habe aufgrund ihrer Konsonantenlastigkeit einen besonders harten Klang und berge dementsprechend große Schwierigkeiten hinsichtlich der Aussprache in sich.



Abb. 4: Werbeplakat zur vermeintlich harten Aussprache des Deutschen (Foto von U. Simon)

Die Gruppenarbeit mit den Plakaten sieht jeweils sechs Arbeitsphasen vor, die die Lernenden schrittweise von der Reflexion des Schlagwortes, zur Hinterfragung des mit ihm verbundenen Vorurteils führen.

Arbeitsauftrag

1. Schaut euch das Werbeplakat genau an und diskutiert dann folgende Aspekte:

- Welches Schlagwort steht im Mittelpunkt?
- Ist es schwer verständlich? Wenn nicht, warum?
- Sprecht das Wort *Krapfen* mehrfach laut aus. Vergleicht eure Aussprache mit der im DWDS zur Verfügung stehenden Audiodatei: <https://www.dwds.de/wb/Krapfen> [22.11.2024][10].
- Welche lautlichen Besonderheiten sind für die Aussprache des Wortes besonders relevant?

2. Warum wird Deutsch mit Bezug auf das Schlagwort auf dem Plakat einerseits als *pesante* andererseits als *dolcissimo* bezeichnet?

- Welche Botschaft soll hinsichtlich des deutschen Lautbestands im Besonderen und der deutschen Sprache im Allgemeinen vermittelt werden?
- Wie interpretiert ihr das Bild in Bezug auf diese Botschaft?
- Seid ihr mit der Botschaft einverstanden?

3. Was glaubt (oder wisst) ihr: Welche Sprache (Deutsch oder Italienisch) verfügt über mehr „alphabetische" und „phonetische Vokale"?

- Nehmt euer Smartphone oder Tablet und überprüft eure Meinung mit folgenden Materialien: <https://view.genially.com/60eae3eacfdd-ad0dcc4980d1>[11] [22.11.2024]

Schaut euch dazu nur die erste Übung für die Niveaustufe A1-A2 an und beantwortet folgende Fragen:

- Über wie viele und welche „alphabetische" und „phonetische Vokale" verfügt Deutsch?
- Über wie viele und welche „alphabetische" und „phonetische Vokale" verfügt Italienisch?

[10] Um den Zugang zu den multimedialen Inhalten zu erleichtern, können diese im Vorfeld von der Lehrkraft heruntergeladen und/oder der Link im virtuellen Klassenraum (auf GoogleMeet oder Teams) geteilt werden.
[11] Der Link führt zu interaktiven Online-Materialien des Goethe-Instituts, die das vokalische Lautinventar des Deutschen im Vergleich zum Italienischen aufzeigen.

4. Warum besteht trotzdem das Vorurteil gegenüber Deutsch, dass es eine schwer aussprechbare Sprache sei? Welche Rolle spielen dabei die Fremd- und Eigenwahrnehmung?

- Schaut die folgenden Videos an und überlegt, welche *paraverbalen Faktoren* die Sprechwirkung beeinflussen:

  Video 1: <https://www.youtube.com/watch?v=jo0Hsx-yHiI> [22.11.2024]

  Video 2: <https://www.youtube.com/watch?v=zLvL7a8Y0pI>[12] [22.11.2024]

5. Wie lautet der Slogan der Werbekampagne? Welche Botschaft kommt darin zum Ausdruck und wozu möchte er aufrufen?

6. Stellt eure Arbeitsergebnisse im Plenum vor.

Erkenntnishorizont

Das Schlagwort ist für die Lernenden leicht verständlich, da es im Italienischen entlehnt wurde[13] und das bezeichnete Gebäck auch auf dem Plakat abgebildet wird. Die Aussprache scheint dadurch erschwert, dass das Wort zwei Konsonantencluster (*kr* und *pf*), einen Einzelkonsonanten und nur zwei Vokale enthält[14]. Es wird hier als prototypisches Beispiel für den vermeintlich harten Klang des Deutschen angeführt. Anhand der empfohlenen online Materialien erkennen die Lernenden, dass das Deutsche jedoch im Vergleich zum Italienischen über einen größeren „alphabetischen" und „phonetischen Vokalbestand" verfügt. Darüber hinaus bemerken sie, dass die Beurteilung der Aussprache und des damit verbundenen Klangs einer Sprache einerseits von stereotypen Mustern geprägt sind, die unsere Wahrnehmung steuern, und andererseits paraverbale Faktoren wie Laut-

[12] In Video 1 wird die vermeintlich harte Aussprache des Deutschen im Sprachvergleich mit Französisch, Englisch, Italienisch und Spanisch karikiert, indem deutsche Wörter übertrieben laut und in strengem Ton ausgesprochen werden. Demgegenüber verdeutlicht Video 2, dass die in Video 1 in anderen Sprachen sanft klingenden Wörter ebenso hart klingen können, wenn sie entsprechend laut und aggressiv vorgetragen werden. Deutsch zeichnet sich dagegen in Video 2 im Gegensatz zu Spanisch, Englisch, Arabisch, Ungarisch und Polnisch durch seine weiche Aussprache aus, da die deutschen Wörter hier vergleichsweise leise, sanft und freundlich ausgesprochen werden.

[13] <https://www.treccani.it/vocabolario/krapfen/?search=Krapfen%2F> [22.11.2024].

[14] In weiterführenden Unterrichtsstunden können die Lernenden mit Hilfe des Text- und Übungsbuches von Kaunzner (2017), das sich auch zum Selbststudium eignet, zentrale Aspekte des phonetischen Systems des Deutschen vertiefen und einüben.

stärke und Ton großen Einfluss auf die Sprechwirkung ausüben. Das ausdrückliche Revidieren stereotyper Fremdwahrnehmungsmuster im Slogan kann im Rückschluss als Appell interpretiert werden, die sprachgebundenen Stereotype und Vorurteile durch eigenes (vorurteilsfreies) Deutschlernen zu überwinden.

3.2.2 Beispiel Zauberkunststück: Sprachgebundene Aspekte (Morphologie)

Das zweite Beispiel spielt auf das ebenso weit verbreitete Vorurteil an, Deutsch sei aufgrund der Wortlänge eine unverständliche Sprache.



Abb. 5: Werbeplakat zur vermeintlichen Unverständlichkeit des Deutschen[15]

[15]<https://www.madeingenesi.it/portfolio/ambasciata-della-repubblica-federale-di-germania-2/> [22.11.2024].

Arbeitsauftrag

1. Schaut euch das Werbeplakat genau an und diskutiert dann folgende Aspekte:

- Welches Schlagwort steht im Mittelpunkt?
- Ist es schwer verständlich? Wenn ja, warum?
- Aus welchen Wörtern ist dieses Kompositum zusammengesetzt? Zerlegt es in einzelne Wortteile.
- Welches Wort ist das Grundwort, das also die Hauptbedeutung trägt (und auch das Genus bestimmt)? Welche Funktion haben die anderen sog. Bestimmungswörter?
- In welche Richtung muss man folglich ins Italienische übersetzen? Von links nach rechts oder umgekehrt?
- Nehmt euer Smartphone oder Tablet und kontrolliert eure Angaben mit Hilfe folgender Seite: <https://www.deutschesinstitut.it/komposita-zusammengesetzte-worter/>[16] [22.11.2024].
  Hört euch dazu die Erklärung bis Min. 3:04 an und lest dabei den ersten Text „Welche Wörter kann man kombinieren?“ mit.

2. Warum wird Deutsch mit Bezug auf das Schlagwort auf dem Plakat einerseits als *indecifrabile* andererseits als *magico* bezeichnet?

- Welche Botschaft soll hinsichtlich der deutschen Wortbildung im Besonderen und der deutschen Sprache im Allgemeinen vermittelt werden?
- Wie interpretiert ihr das Bild in Bezug auf diese Botschaft?
- Seid ihr mit dieser Botschaft einverstanden?

3. Findet ihr es schwer, Wörter im Deutschen zu kombinieren?

- Hört euch den zweiten Teil der Audiodatei (s.o.) an, also Min 3:05-5:41, und lest dabei den Text „Wie kombiniert man Wörter?“ mit.
- Welche Regeln muss man beachten?
- Welche Unterschiede kann es zwischen einem Kompositum (z.B. Wasserflasche) und einer freien Wortverbindung (eine Flasche Wasser) geben?

[16] Auf dieser Seite finden die Lernenden Erklärungen und Beispiele zu den Komposita im Deutschen. Dabei lernen sie, welche Wortarten wie miteinander kombinierbar sind und welche Bedeutungsunterschiede es zwischen Komposita und (Mehr-)Wortverbindungen geben kann.

4. Vergleicht die folgenden Äquivalente: *Taschenbuch/libro tascabile – Haustürschlüssel/chiave della porta di casa – Nichtraucherzimmer/camera per non fumatori*

- Welchen Vorteil bietet die Wortbildung im Deutschen hinsichtlich der Sprachökonomie und Bezeichnungsgenauigkeit?
- Bildet nun selbst mindestens drei Komposita. Ihr könnt dabei von einem bereits genannten Kompositum aus den (online) Materialien ausgehen und das Wort ergänzen (Bsp.: *Fahrkarte* > *Fahrkartenautomat; Kaffeetasse* > *Kaffeetassengröße*). Kontrolliert anschließend in einem online Wörterbuch, ob dieses Wort bereits kodifiziert ist (<http://www.duden.de/woerterbuch> [22.11.2024]).

5. Wie lautet der Slogan der Werbekampagne? Welche Botschaft kommt darin zum Ausdruck und wozu möchte er aufrufen?

6. Stellt eure Arbeitsergebnisse im Plenum vor.

Erkenntnishorizont

Durch eine analytische Auseinandersetzung mit dem Plakat denken Lernende darüber nach, warum Deutsch in Hinblick auf die Wortlänge als unverständlich empfunden wird und wie diesem Gefühl kognitiv durch den Erwerb entsprechenden Regelwissens begegnet werden kann. Im Verlauf der weiteren Gruppenarbeit entdecken sie, dass der (auf rezeptiver Ebene) vermeintliche Nachteil des Deutschen, sehr lange Wörter bilden zu können, hinsichtlich der Sprachökonomie und Bezeichnungsgenauigkeit große Vorteile in sich birgt: Dank der Regeln der Wortbildung (hier mit Fokus auf Komposita) ist es im Deutschen (im Gegensatz zum Italienischen) möglich, einen Gegenstand oder Sachverhalt mit nur einem Wort exakt zu bezeichnen. Darüber hinaus wird erkannt, dass Komposita ad hoc (je nach situationsspezifischem Benennungsbedarf) gebildet werden können[17]. Abschließend kann auch hier die Deutung des Slogans dazu anregen, die negative stereotype Fremdwahrnehmung der deutschen Sprache (weiterführend) zu hinterfragen, und den Wunsch generieren, selbst (vorurteilsfrei) Deutsch zu lernen.

[17] Vgl. zum weiterführenden, vertiefenden Studium der Wortbildung im Deutschen Hentschel (2020).

3.2.3 Beispiel Bauhaus*: sprach- und kulturgebundene Aspekte*

Das dritte hier vorgestellte Beispiel ist besonders interessant, da es sowohl zu sprach- als auch kulturreflexivem Lernen anregen kann.



Abb. 6: Werbeplakat zur vermeintlichen rigiden Vorgeformtheit des/der Deutschen[18]

Auch bei der Bearbeitung dieses Beispiels kann der Fokus auf die Wortbildung gelegt und durch ähnliche Materialien wie in Beispiel 2 verdeutlicht werden, dass der reglementarische Charakter (*inquadrato*) der deutschen Sprache großes kreatives Potential enthält: Wörter können wie Baukastensteine aneinandergereiht werden, Sprachhandelnde werden zu Akteur*innen, die ihr Umfeld mitgestalten.

[18]<https://www.madeingenesi.it/portfolio/ambasciata-della-repubblica-federale-di-germania-2/> [22.11.2024].

Doch über diese sprachreflexive Arbeit hinaus gibt dieses Beispiel auch Impulse für kulturgebundenes und interkulturelles Lernen[19]. Zunächst bietet es natürlich Anlass dazu, Lernende zu Recherchen über die von Walter Gropius gegründete Kunstschule *Bauhaus* anzuregen, und so etwas über ihre Geschichte, Konzeption und Bedeutung für die Moderne zu erfahren. Des Weiteren können Überlegungen zu der Eigenschaft „inquadrato" angestellt werden, die möglicherweise bei der Deutung des Plakats nicht nur der Sprache, sondern auch den Deutschen als Personen bzw. als Volksgruppe stereotyp zugeschrieben werden kann. Damit wird auf das Fremdbild der/des Deutschen als sich unterordnender, gehorsamer Person verwiesen, die der Masse auf Kosten der eigenen Persönlichkeit folgt. In der Gruppenarbeit können Lernende mögliche (historische) Erklärungen dieses Stereotyps reflektieren und weiterführend nach Beispielen (neben Gropius) für Persönlichkeiten in der deutschen (Kultur-)Geschichte suchen, die aus diesem Schema herausfallen und sich beispielsweise durch Avantgardismus auszeichnen. Dadurch wird nicht nur kulturgebundenes Faktenwissen gesammelt, sondern auch Gelegenheit dazu geboten, über stereotype Fremdwahrnehmungsmuster und ihre Bedeutung für interkulturelle Kontaktsituationen nachzudenken.

3.3 Transfer

Die letzte Phase dieser Unterrichtseinheit sieht vor, dass Lernende das im Klassenraum erworbene Bewusstsein dafür, ihre Lernumgebung als Sprachlandschaft wahrnehmen und daraus Lernimpulse empfangen zu können, außerhalb der (Hoch-)Schule einsetzen. Dazu bekommen sie die Hausaufgabe, in ihrer der Öffentlichkeit zugänglichen, unmittelbaren Umgebung (auf der Straße, in Geschäften, Restaurants etc.) selbst Fotos von sprachlichen Zeichen (evtl. auch Gegenständen und Symbolen) zu machen. Im Anschluss sollen die Fundstücke reflektiert und ggf. mittels entsprechender Recherchen im Hinblick auf sprachliche, kulturelle und/oder interkulturelle Aspekte gedeutet werden. Das Ergebnis ihrer sprach- und/oder kulturreflexiven Arbeit halten die Lernenden in einem kurzen Text fest, der dann in einer folgenden Unterrichtsstunde mit der Klasse geteilt wird. Lernende bemerken dabei, dass ihre Umgebung reich an Mikrotexten ist, anhand derer sie autonom Wissen erwerben können. Durch die veränderte Wahrnehmung ihres Umfelds wird langfristig inzidentelles Lernen angeregt (vgl. zum in den Alltag eingebundenen, inzidentellen Sprachenlernen Simon 2024a).

[19] Vgl. zum kulturellen Lernen im DaF-Unterricht Haase/Höller (2017) sowie zur Bedeutung kulturgebundener Aspekte im Rahmen interkulturellen Lernens Straub/Niebel (2021).

Zu welchen vielversprechenden Ergebnissen diese Arbeit führen kann, verdeutlicht das folgende Beispiel.



Abb. 7: Geschäftsname (Foto von einer Studentin)[20]

Das Foto wird von der Studentin wie folgt kommentiert:

> Das literarische Motiv des Doppelgängers hat ein italienisches Geschäft inspiriert. Es handelt sich um ein Franchise-Unternehmen mit Sitz in Rom, das Bekleidung für Herren verkauft. Die Geschäftseinrichtung ist besonders elegant mit prunkvollen Kronleuchtern und außergewöhnlichen Ausstattungsstücken und Mobiliar des 19. Jahrhunderts. Das Stil dieses Geschäfts wurde klar von der deutschen Romantik inspiriert. Auch das Motiv des Doppelgängers wurde von vielen Autoren dieser Epoche, und zwar von E.T.A Hoffmann, einer der bedeutendsten Autoren dieser Zeit, vertieft.

[20] Dieses Foto wurde im Rahmen eines Wettbewerbs eingereicht, an dem im Frühjahr 2022 Deutschlernende aus Schule und Hochschule in Bari teilgenommen haben. Aufgabe war es, ein Foto von einer Schrift oder einem Gegenstand zu machen, die/der in einem öffentlichen Raum gesichtet worden war und mit der deutschen Sprache und/oder Kultur in Verbindung steht. Zusammen mit dem Foto sollte ein Kurztext eingereicht werden. Für die Zustimmung zu der Veröffentlichung des Fotos und des dazugehörigen Textes zu wissenschaftlichen Zwecken sei der Urheberin gedankt. Das Gewinnerfoto des Wettbewerbs wurde in Simon (2023) vorgestellt.

Ursprünglich bezeichnete der Begriff „Doppelgänger" eine Person, die einer bestimmten anderen Person im Aussehen stark ähnelte. In der Romantikzeit erweiterte er seine Attribute: Sehr bedeutsam für die Romantik war der Aspekt der Projektion der Bewusstseinsspaltung des Individuums.

> Der Doppelgänger ist das Produkt eines zerspalteten Ichs aufgrund einer politisch instabilen Situation sowie innerlichen, seelischen Vorgängen, die es zerreißen. Nach der deutschen Mythologie betritt jeder Mensch die Erde mit einem geistigen Doppelgänger, der ihn lebenslang begleitet und schützt. (Text der Teilnehmerin Nr. 5 am Wettbewerb „Spot German in Bari")

Die in dem Text von der Studentin festgehaltene Reflexion bestätigt, dass leicht zugängliche, fast allgegenwärtige fremdsprachige Mikrotexte wie Geschäftsnamen, Produktbezeichnungen u.v.a.m. Lernende spontan dazu anregen können, über sprach- und kulturgebundene Aspekte nachzudenken, die diesen Kurztexten eingeschrieben sind. Welche Aspekte bei der Reflexion im Vordergrund stehen, hängt in dieser individuellen Phase des Lernprozesses nicht nur von ihrem Interesse, sondern auch von ihrem Vorwissen und der Fähigkeit ab, Wissensbereiche miteinander in Verbindung zu setzen.

4. Fazit

Ziel des vorliegenden Beitrags war es, entschieden dafür zu plädieren, die Arbeit mit *Linguistic Landscapes* verstärkt in den Fremdsprachenunterricht zu integrieren. Dazu liegen bereits zahlreiche didaktische Entwürfe vor, bei denen je nach Lernumgebung und Untersuchungsinteresse unterschiedliche Lehr-/Lernziele in den Fokus rücken.

Der hier skizzierte Unterrichtsentwurf konnte verdeutlichen, inwiefern auch Mikrotexte, denen Lernende alltäglich in der Öffentlichkeit begegnen, sprach- und kulturreflexives Lernen initiieren können. Der so angestoßene Lernprozess führt zu einer grundlegend veränderten Wahrnehmung der eigenen Umwelt, die als *Lernlandschaft* erkannt und genutzt wird, da sie zahlreiche Impulse für inzidentelles Lernen bietet. Lernende entwickeln somit ein Bewusstsein dafür, dass sie im Alltag kontinuierlich mit der Fremdsprache und mit den an sie gebundenen kulturellen Aspekten in Berührung kommen. Dies wirkt sich äußerst positiv auf ihre Motivation aus, auch im Hinblick darauf, kontinuierlich und selbständig weiterzulernen.

Bibliographie

Altmayer, Claus (2021), *‚Linguistic Landscapes' – eine sinnvolle Forschungsperspektive für Deutsch als Fremd- und Zweitsprache? Eine kritische Intervention*. «Deutsch als Fremdsprache» 58 (2), 109-112

Badstübner-Kizik, Camilla/Janíková, Věra (Hg.) (2018), *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik*, Bern: Peter Lang

Badstübner-Kizik, Camilla/Schiedermair, Simone (2021), *‚Linguistic Landscapes' – keine sinnvolle Forschungsperspektive für Deutsch als Fremd- und Zweitsprache.* «Deutsch als Fremdsprache» 4, 237-240

Blühdorn, Hardarik (2006), *Textverstehen und Intertextualität.* In H. Blühdorn/E. Breindl/U.H. Waßner (Hg.), *Text-verstehen: Grammatik und darüber hinaus,* «Jahrbuch des Instituts für Deutsche Sprache» 2005, Berlin/New York: de Gruyter, 277-298

Cenoz, Jason/Gorter, Durk (2008), *The linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition.* «IRAL – International Review of Applied Linguistic in Language Teaching» 46 (3), 257-276

Ehrhardt, Claus/Marten, Heiko F. (2018), *Linguistic Landscapes – Sprachlandschaften. Ein einleitender Forschungsüberblick.* «Der Deutschunterricht» 4, 2-11

Ende, Karin *et al.* (2013), *Curriculare Vorgaben und Unterrichtsplanung* (Deutsch lehren lernen 6), München: Goethe-Institut/Langenscheidt

Gnutzmann, Claus (2010), *Language Awareness*. In W. Hallet/F. G. Königs (Hg.), *Handbuch Fremdsprachendidaktik*, Seelze-Velber: Kallmeyer/Klett

Haase, Peter/Höller, Michaela (Hg.) (2017), *Kulturelles Lernen im DaF/DaZ-Unterricht. Paradigmenwechsel in der Landeskunde*, Göttingen: Universitätsverlag Göttingen

Hentschel, Elke (2020), *Basiswissen deutsche Wortbildung*, Tübingen: Narr Francke Attempto

Janich, Nina (2013[6]), *Werbesprache. Ein Arbeitsbuch,* Tübingen: Narr Francke Attempto

Janíková, Věra (2018), *Linguistic Landscapes aus fremdsprachendidaktischer Perspektive.* In Badstübner-Kizik/Janíková (2018), 137-172

Kaunzner, Ulrike (2017[2]), *Aussprachekurs Deutsch. Übungsprogramm zur Verbesserung der Aussprache für Unterricht und Selbststudium*, Tübingen: Stauffenburg

Palermo, Silvia/Sgambati, Gabriella (2024), *Il paesaggio linguistico plurilingue e la didattica: il caso dell'Alto Adige/Südtirol.* «Linguistik online» 126 (2), 125-150

Makowska, Magdalena (2013), *Mikrotexte auf (de)motivierenden Sehflächen*. «Acta Neophilologica» 15 (2), 63-74

Marten, Heiko F. (2017), *Deutsch in den Linguistic Landscapes des Baltikums und Spot German in Zypern – Gemeinsamkeiten und Grenzen beider Ansätze*. In Marten/Saagpakk (2017), 157-181

Marten, Heiko F./Saagpakk, Maris (Hg.) (2017), *Linguistic Landscapes und Spot German an der Schnittstelle von Sprachwissenschaft und Deutschdidaktik*, München: Iudicium

Schart, Michael/Legutke, Michael (2012), *Lehrkompetenz und Unterrichtsgestaltung* (Deutsch lehren lernen 1), München: Goethe-Institut/Langenscheidt

Schiedermair, Simone (2018), *Schrift in der Stadt*. Öffentliche Sprachlandschaften als individuelle Lernlandschaften. In Badstübner-Kizik/Janíková (2018), 173-199

Simon, Ulrike (2023), *Warum in die Ferne schweifen? – Zum Nutzen von Linguistic Landscapes im DaF-Unterricht*. In L. Bosco *et al.*(Hg.), *Ferne und Nähe. Nähe- und Distanzdiskurse in der deutschen Sprache und Literatur*, Göttingen: V&R unipress, 249-266

Simon, Ulrike (2024a), *Wir lieben was wir backen. Sprachenlernen mit Linguistic Landscapes in den Alltag integrieren*. In C. Cavallini/S. Silvestri (Hg.), *Lingue e apprendimento multimodale per lo sviluppo sociale, inclusivo, multiculturale* (Collana Sguardi sulla modernità, vol. 7), Bari: Cacucci, 127-142

Simon, Ulrike (2024b), *Kulturbezogenes Lernen mit Linguistic Landscapes am Beispiel von Fußball und Fankultur*. «Studi di Glottodidattica» 2, 128-137

Simon, Ulrike (2025), *Themenfeld I: Interkulturelle Kommunikation*. In U. Reeg/U. Simon, *Aspekte von Interkulturalität, Intermedialität und Mehrsprachigkeit*, Roma: Aracne, 23-81

Straub, Jürgen/Niebel, Viktoria (2021), *Kulturen verstehen, kompetent handeln. Eine Einführung in das interdisziplinäre Feld der Interkulturalität*, Gießen: Psychosozial-Verlag

Wildemann, Anja/Bien-Miller, Lena/Akbulut, Muhammed (2020), *Mehrsprachigkeit und Sprachbewusstheit – empirische Befunde und Unterrichtskonzepte*. In I. Gogolin *et al.* (Hg.), *Handbuch Mehrsprachigkeit und Bildung*, Wiesbaden: Springer, 119-123

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 111-134 | ISSN 1124-3724

Miriam Morf

Linguistic Landscapes in der Übersetzungsdidaktik unter Berücksichtigung der in der Schweiz verwendeten Standard- und Nichtstandardvarietäten des Deutschen

The aim of this paper is to demonstrate how the concept of linguistic landscapes (LLs) can be incorporated into the teaching of translation to foster linguistic awareness of the standard and non-standard varieties of German spoken in Switzerland. Following an introductory overview of LLs and their role in the field of foreign language teaching, examples will be presented. These have been implemented in a university course in marketing translation in Italy, which places an emphasis on two distinct but complementary aspects: firstly, the textual analysis of marketing-related texts in German, and, secondly, the active translation of the same text type from Italian into German. The proposed exercises demonstrate how LLs assist learners in concentrating on both verbal and non-verbal characteristics, encouraging reflection on the function of standard and non-standard varieties in the field of marketing, as well as facilitating cultural insights.

Linguistic Landscapes in translation didactics, with consideration of the standard and non-standard varieties of German used in Switzerland.

[Linguistic Landscapes; translation didactics; text analysis; Swiss German; language varieties in marketing communication]

1. Einleitung

Das von Nord (2009) vorgeschlagene Modell der Textanalyse stellt einen wesentlichen Bestandteil des funktional-pragmatischen Ansatzes für die Ausbildung künftiger Fachübersetzer_innen dar. Die Anwendung des Modells ermöglicht eine detaillierte Untersuchung sowohl interner als auch externer Faktoren eines Textes, wobei auch Aspekte der Kultur Berücksichtigung finden, mit dem Ziel, eine entsprechend genaue Übersetzung in die Fremdsprache zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang erweisen sich *Linguistic Landscapes* (LLs) als wertvolles Hilfsmittel, da der zu übersetzende Text häufig multimedial gestaltet ist und neben verbalen auch nonverbale Elemente enthält. In der Tat eignen sich Sprachlandschaften als Instrument für die Entwicklung von multimodalen Kompetenzen, der soge-

nannten „*Multiliteracies*“ (Staiger 2020), deren Einsatz im Fremdsprachenunterricht durch eine umfangreiche Literatur zu diesem Themenbereich belegt wird (vgl. Badstübner-Kizik/Janíková 2018; Melo-Pfeifer 2023; Ziegler/Marten 2021).

Auch im Hinblick auf das Konzept des Deutschen als plurizentrische Sprache ist die Betrachtung von LLs von großem Interesse. Denn neben lexikalischen Elementen aus den drei anerkannten Standardvarietäten, wie beispielsweise Austriazismen, Helvetismen und Teutonismen, können auch grammatikalische, morphosyntaktische und orthografische Besonderheiten enthalten sein, die auf weiteren Standard- und Nichtstandardvarietäten beruhen. Daher wird empfohlen, Sprachlandschaften systematisch in die Unterrichtspraxis zu integrieren. Auf diese Weise kann das Bewusstsein der Lernenden für die Entschlüsselung sowie das korrekte Verständnis plurizentrischer Sprachvarietäten des Deutschen geschärft werden, was wiederum eine korrekte Interpretation der entsprechenden Botschaft ermöglicht.

Der folgende Beitrag hat zum Ziel, einerseits den Einsatz von Sprachlandschaften im Rahmen der Sprachvermittlung hervorzuheben (vgl. Janíková 2022) und andererseits anhand konkreter Beispiele zu demonstrieren, wie einfach ihre Integration in die Übersetzungspraxis erfolgen kann. Im Folgenden wird nach einem kurzen theoretischen Exkurs über Sprachlandschaften (Abschnitt 2) die Bedeutung dieses Instruments für den Deutschunterricht und insbesondere für die Übersetzungskurse aufgezeigt (Abschnitt 3). Im Anschluss erfolgt die Vorstellung einer Reihe von Beispielen, die im Rahmen eines Übersetzungskurses in Italien zur Übung der Textanalyse nach einem spezifischen Modell zur Entwicklung multimodaler Fertigkeiten sowie zur Sensibilisierung der Lernenden für die Verwendung von Standard- und Nichtstandardvarietäten des Deutschen eingesetzt werden können (Abschnitt 4). Die dargestellten Beispiele fokussieren sich auf die Analyse der Verwendung von Standard- sowie Nichtstandardvarietäten in einem deutschen Sprachzentrum, konkret in der Schweiz. Zudem wird eine kontrastive Perspektive eingenommen, um die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der analysierten Varietäten und der in Deutschland gesprochenen Standardvarietät zu ermitteln, die sich als die am häufigsten verwendete und gelehrte Varietät im Fremdsprachenunterricht erweist.

2. Das Konzept der *Linguistic Landscapes*

Der Begriff *Linguistic Landscape* (LL) wurde von den kanadischen Wissenschaftlern Landry und Bourhis (1997) geprägt und bezeichnet eine Vielzahl von Formen, Varianten, Materialien und Motiven, die in unterschiedlichen räumlichen Kontexten in ihrer konkreten und relativ dauerhaften Materialität schriftlicher

Zeichen im Gegensatz zur flüchtigen akustischen Dimension mündlicher Sprachzeichen entstehen (vgl. Schiedermair 2015: 71). Die visuelle Umwelt ist durch Zeichen gekennzeichnet, seien es Buchstaben, Symbole oder Gegenstände, die direkt oder indirekt Inhalte vermitteln. Solche Zeichen weisen eine bestimmte physische Form auf und manifestieren sich auf unterschiedliche Weise. Dazu zählen z.B. Klänge, Bilder oder Objekte im öffentlichen Raum, die bestimmte Botschaften vermitteln und von denjenigen interpretiert werden können, die über die entsprechenden Kodizes und die dazugehörige Kultur verfügen.

Zu den Sprachlandschaften, die in der Regel aus sprachlichen Zeichen in Kombination mit Bildern bestehen, gehören Straßenschilder, Straßennamen, Schilder von offiziellen Institutionen oder Geschäften, Speisekarten, Werbeplakate, Veranstaltungsbanner, Wahlbroschüren und neuerdings auch die sogenannten *in vivo-Zeichen* (vgl. Janíková 2017: 127) wie z. B. Graffiti und Straßenkunst sowie bewegliche Zeichen wie Werbeanzeigen auf Bussen oder Schriftzüge auf Kleidungsstücken, Tüten und Taschen, Tattoos und Material, das durch elektronische Geräte wie Handys oder Smartphones sichtbar ist (vgl. Marten/Saagpakk 2017: 7).

Sprachlandschaften können der sprachpolitischen und insbesondere sprachlichen Analyse des Raumes dienen, in dem sie entstanden sind, und offenbaren nicht nur gesellschaftliche Machtverhältnisse und verborgene politische Normen, sondern auch private oder kommerzielle Beziehungen sowie die Funktion einzelner Sprachen in Bezug auf tatsächliche soziale Handlungen (vgl. Peukert 2015).

Die ursprüngliche Konzeption von Studien zu Sprachlandschaften erfolgte im Rahmen der Zweisprachigkeits- und Mehrsprachigkeitsforschung mit dem Ziel, die Auswirkungen von Sprachpolitiken und -praktiken auf das Verhältnis zwischen Amts- und Minderheitensprachen in großen städtischen Gebieten zu untersuchen. Exemplarische Beispiele hierfür sind die kanadische Provinz Québec (vgl. Landry/Bourhis 1997) und die spanische Region Baskenland (vgl. Cenoz/Gorter 2006) sowie Metropolen wie Bangkok (vgl. Huebner 2006) und Tokio (vgl. Backhaus 2007). Die Analysen waren zumeist quantitativ und konzentrierten sich auf die Zählung der im öffentlichen Raum vorhandenen Sprachen sowie die Untersuchung der Häufigkeit von Wörtern und deren Kombinationen (vgl. Gorter 2013). Im Laufe der Zeit hat sich die Forschung jedoch von einer rein quantitativen zu einer quantitativen und qualitativen Analyse entwickelt, was auch zu einer Ausweitung der analysierten Sprachlandschaften geführt hat (vgl. Krompák 2018: 250). Diese umfassen nun auch landwirtschaftliche und alpine Gebiete (vgl. Palermo/Sgambati 2024), die nicht zwangsweise zwei- oder mehrsprachig sind (vgl. Puzey 2012), obwohl der anfängliche Forschungsschwerpunkt

noch auf Gebieten und Regionen mit hoher Migrationspräsenz und damit verbundener Mehrsprachigkeit lag. Die qualitative Forschung hat zudem den Fokus auf die Funktion, Rezeption und Wirkung von Sprachlandschaften verlagert, die zunehmend als Orte verstanden werden, an denen performative und kommunikative Handlungen stattfinden, insbesondere im Hinblick auf die Wahrnehmung des öffentlichen Raums als diskursiven Ort, an dem etwas verhandelt oder manifestiert wird (vgl. Warnke 2011).

Die Verlagerung der Aufmerksamkeit auf die Funktion der Sprache(n) im öffentlichen Raum sowie die Wahrnehmung der Autor_innen und der Rezipient_innen impliziert die Möglichkeit einer Betrachtung und Analyse aus zwei unterschiedlichen Perspektiven. Dabei kann einerseits von oben nach unten (*Top-Down*-Sichtweise) als Ausdruck behördlicher Entscheidungen und andererseits von unten nach oben (*Bottom-Up*-Sichtweise) als Endprodukt individueller, privater und kommerzieller Entscheidungen vorgegangen werden (vgl. Coluzzi 2009). Im ersten Fall erfolgt eine Autorisierung, Institutionalisierung, Formalisierung und Kontrolle von Elementen der Sprachlandschaft, beispielsweise von Schildern an Bahnhöfen, internationalen Treffpunkten wie Messen und Konferenzen sowie staatlichen Gebäuden. Im zweiten Fall hingegen entstehen LLs als Endprodukte individueller, privater Entscheidungen und umfassen somit Schilder in oder vor Restaurants, Aushänge von Dienstleistern oder Einkaufszentren, aber auch Schriftzüge an öffentlichen Wänden, die z. B. die verschiedenen Ansprüche der Mitglieder der Gesellschaft zum Ausdruck bringen (vgl. Janíková 2017: 127).

In den vergangenen zwei Jahrzehnten hat sich das Konzept der *Linguistic Landscapes* auch innerhalb der sprachdidaktischen Diskussion etabliert und somit auch die Didaktik des Deutschen als Fremdsprache erfasst[1]. Die Studien im Bildungsbereich lassen sich im Wesentlichen in zwei Hauptrichtungen unterteilen (vgl. Bellinzona 2018: 299). Die erste fokussierte die Verwendung von Sprachlandschaften als nützliches Instrument im Bildungsbereich. Die zweite Forschungsrichtung konzentrierte sich auf die Analyse von LLs innerhalb von Bildungsinstitutionen, was zum Konzept der schulischen Sprachlandschaft (d.h. der *Schoolscape*) führte (vgl. Brown 2012). Der folgende Beitrag lässt sich der ersten Forschungslinie zuordnen, da er sich mit der Bedeutung von Sprachlandschaften für das Erlernen von schweizerischen Standard- und Nichtstandardvarietäten des Deutschen im Marketing befasst. Darüber hinaus leistet er einen Beitrag zur aktuellen Diskus-

[1] Für einen Überblick über Studien zu LL in Bezug auf die deutsche Sprache, einschließlich Beispielen für didaktische Anwendungen von Sprachlandschaften für den Unterricht von Deutsch als Mutter- und Fremdsprache, wird auf Marten/Saagpakk (2017) verwiesen.

sion über deren didaktisches Potenzial im Fremdsprachenunterricht im Allgemeinen und in Sprachmittlungskursen im Besonderen.

3. Das pädagogische Potenzial von Sprachlandschaften für den Übersetzungsunterricht

In der einschlägigen Literatur besteht mittlerweile Konsens darüber, dass Sprachlandschaften ein beträchtliches Potenzial für einen kultursensiblen Fremdsprachenunterricht bieten[2]. Ihr Einsatz wird zunehmend erweitert, wobei der Fokus nicht nur auf der Förderung von Sprachlernprozessen liegt, sondern auch auf spezifischen didaktischen Zielen, die im Rahmen des Einsatzes von LLs im Fremdsprachenunterricht verfolgt werden. Dazu zählen sprachliche, kulturelle, mediale sowie pädagogische und didaktische Zielsetzungen (vgl. Janíková 2018: 148-149).

Die Nutzung von Sprachlandschaften stellt einen integralen Bestandteil der Sprachziele dar, da sie eine wesentliche Grundlage für die Erweiterung und Festigung grammatikalischer, lexikalischer und stilistischer Fertigkeiten bildet. Die sprachliche Analyse von LLs dient den Studierenden der Sprachmittlung als hilfreiches Instrument, um textinterne Elemente wie Textaufbau und -gliederung (vgl. Nord 2009: 112-124), fachspezifische Vokabeln (*ebd.* 124-131) und Syntax (*ebd.* 131-134) genauer zu erkennen und die Interdependenz dieser Faktoren in ihrer gegenseitigen Beeinflussung besser zu verstehen (*ebd.* 142-145). Des Weiteren werden die Kompetenzen der schriftlichen Rezeption und Produktion sowie der argumentativen Konversation entwickelt, wodurch auch die Übersetzungsfertigkeit gefördert wird.

Die zweite Kategorie beinhaltet kulturelle Ziele, die sich auf die Sitten und Gebräuche eines bestimmten Ortes beziehen. Die Inhalte dieser Kategorie umfassen zahlreiche Aspekte, darunter administrative und politische Strukturen, kulinarische Traditionen und historische Fakten, welche allesamt zum enzyklopädischen Wissen gehören, über das Sprachmittler_innen verfügen sollten, da Übersetzung immer einen kulturellen Transfer bedeutet (vgl. Kandrić/Kaindl/Reithofer 2019: 29-40). In der Tat ist jeder Text in einen bestimmten kulturellen Kontext eingebettet, was Auswirkungen sowohl auf die korrekte Entschlüsselung und Interpretation des Textes als auch auf die Übersetzung hat (vgl. Stolze

[2] In Bezug auf den Einsatz von LL im Fremdsprachenunterricht im Allgemeinen wird hier auf die Studien von Cenoz/Gorter (2008), Rowland (2013) und Malinowsky/Maxim/Dubreil (2020) verwiesen. Für den DaF-Bereich sind insbesondere die im Band Marten/Saagpakk (2017) gesammelten Studien sowie ausgewählte Beiträge im Band Badstübner-Kizik/Janíková (2018) von Relevanz.

2020: 305). Der Einsatz der LLs bietet einen facettenreichen Blick auf die Alltagskultur öffentlicher Räume und ermöglicht somit eine effektivere Vermittlung der kulturhistorischen und sprachlichen Aspekte des Fremdsprachenlernens, die auch im Rahmen der Übersetzungsdidaktik von grundlegender Bedeutung ist. Denn ohne Kenntnis der Zielkultur ist eine zielgruppengerechte Wiedergabe des Ausgangstextes nicht möglich.

Die Auseinandersetzung mit Sprachlandschaften und unterschiedlichen Kommunikationsformen lässt sich der Kategorie der Medienziele zuordnen, die die Möglichkeit bieten, sich mit verschiedenen Kommunikationsarten, unterschiedlichen Medien (vgl. Jones 2010; Androutsopoulos 2014) sowie Werbeformen und Techniken der Beeinflussung und Überredung vertraut zu machen. Im Rahmen einer übersetzungsrelevanten Textanalyse ist es erforderlich, auch textexterne Faktoren wie das Medium und den Kanal zu berücksichtigen, da diese den Inhalt und die Wirkung eines Textes maßgeblich beeinflussen können. Eine alleinige Fokussierung auf die eindeutige Etikettierung, sei sie schriftlich oder mündlich, ist demnach nicht ausreichend. Vielmehr muss eine Reihe weiterer Merkmale beachtet werden, darunter die Koinzidenz oder Diskontinuität von Produktions- und Rezeptionssituation, die indirekte oder direkte Kommunikation, die Spontaneität der Textproduktion, die Möglichkeiten des Feedbacks und der unidirektionale oder multidirektionale Charakter des Informationstransports (vgl. Nord 2009: 63).

Aus pädagogisch-didaktischer Sicht fördert die Sprachlandschaft die Beobachtungsgabe der Lernenden, entwickelt ihre Fertigkeit, themenrelevante Informationen zu recherchieren, zu analysieren und zu synthetisieren, und befähigt sie, die gefundenen Fakten kritisch zu hinterfragen. Gleichzeitig eröffnen sich den Studierenden zusätzliche Möglichkeiten, fächer- und sprachenübergreifend zu lernen und eine effektivere Verbindung zwischen dem Fremdsprachenunterricht und der realen Welt herzustellen. Die Auseinandersetzung mit LLs kann zudem die Lernautonomie fördern und somit auch die eigene Identität stärken (vgl. Janíková 2017: 128).

Ein entscheidender Vorteil der Arbeit mit Sprachlandschaften im Kontext der Übersetzungsdidaktik ist ihre ausgeprägte visuelle Komponente, die im Zuge des sogenannten *Visual Turn* (vgl. Hecke/Surkamp 2015: 9) auch im Fremdsprachenunterricht zunehmend positiv bewertet wird (vgl. Abraham/Sowa 2016). Die Analyse der nonverbalen visuellen Komponente ist beim Übersetzen von grundlegender Bedeutung, da sie in Kombination mit der paraverbalen Komponente das Textverständnis maßgeblich beeinflusst. Dabei kann sie eine textbegleitende (z.

B. Layout, Gestik und Mimik), textergänzende (z.B. Tabellen und Grafiken) oder textteilkonstituierende bzw. textteilersetzende Funktion (z.B. Bilder im Comic) einnehmen (vgl. Nord 2009: 121). Bei der Analyse der didaktischen Funktionen von Bildern im Fremdsprachenunterricht, die sich auch auf Bild-Schrift-Kombinationen übertragen lassen, konnten vier Hauptfunktionen identifiziert werden, deren Behandlung auch zur Identifikation der Texttypologie beiträgt: Darstellung, Information, Erklärung und Kommentierung (vgl. Klewitz 2016: 121).

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Arbeit mit der Sprachlandschaft die Verfeinerung von Textanalysetechniken bei Übersetzungsstudierenden fördert und wichtige Informationen über die Produzent_innen und Rezipient_innen von Zeichen liefert. Zudem bieten LLs detaillierte Informationen über den allgemeinen Sprachgebrauch, die verwendeten Sprachen bzw. Sprachvarietäten, das Prestige der Varietäten und sogar die Sprachpolitik des untersuchten Gebiets. In diesem Kontext sei lediglich auf Abbildung 1 verwiesen, die Willkommensgrüße an der Tür eines Geschäfts im Basler Stadtteil Gundeldingen zeigt (vgl. Krompák 2018: 248).



Abb. 1: Willkommensgrüße auf einer Ladentür in Basel (Krompák 2018: 248)

Bei der Analyse der ersten vier Formeln fällt sofort auf, dass die in der Eidgenossenschaft verwendeten Amtssprachen Schweizerhochdeutsch (Nr. 2), Französisch (Nr. 3) und Italienisch (Nr. 4) mit Ausnahme des Rätoromanischen[3] vertreten sind und die nicht standardisierte Varietät, d.h. das Schweizerdeutsche mit dem Ausdruck *härzlich willkomme*, an erster Stelle steht. Die Hervorhebung der Nichtstandardvarietät dient zunächst der Verdeutlichung ihres Prestiges, wodurch sie sich von den übrigen Varietäten abhebt[4]. Das Vorhandensein der verschiedenen Sprachen trägt nicht nur dazu bei, das Zeichen in der schweizerischen Realität zu verorten, sondern liefert auch Hinweise auf die Sprachenpolitik des Ortes, die auf einen mehrsprachigen Ansatz ausgerichtet ist. Die zuletzt genannte Beobachtung verdeutlicht, dass Sprachlandschaften dazu geeignet sind, nicht nur sprachliche Merkmale, sondern ebenso den soziokulturellen sowie sprachpolitischen Kontext zu erhellen, in dem sich das untersuchte Zeichen entwickelt hat.

Das soeben angeführte Beispiel eignet sich ebenfalls für eine grammatikalische Betrachtung des Unterschieds zwischen Adjektiv und Substantiv. Hierbei ist zu beachten, dass die schweizerische Dialektvariante von ‚willkommen' mit einem Großbuchstaben falsch geschrieben wird, obwohl es sich um ein Adjektiv handelt. In diesem Zusammenhang kann eine kritische Reflexion seitens der Lernenden angeregt werden, wobei auch Übungen empfohlen werden, in denen das Wort ‚willkommen' sowohl als Adjektiv wie z. B. im Satz ‚Sie sind herzlich willkommen', als auch als Substantiv, wie im Ausdruck ‚ein herzliches Willkommen', vorkommt.

Im Folgenden werden einige Beispiele für den Einsatz von LLs im Übersetzungsunterricht vorgestellt, wobei die Verwendung von Standard- und Nichtstandardvarietäten des in der Schweiz gesprochenen Deutschen berücksichtigt wird. Dies ist darauf zurückzuführen, dass künftige Sprachmittler_innen pluri-

[3] Der Ausschluss des Rätoromanischen geht vermutlich auf die Schweizer Bundesverfassung zurück. In Artikel 4 wird die Schweizerische Eidgenossenschaft als viersprachiges Land definiert, wobei Deutsch, Französisch, Italienisch und Rätoromanisch als Landessprachen bezeichnet werden. In Absatz 1 wird jedoch festgelegt, dass lediglich die drei zuerst genannten Sprachen den Status von Amtssprachen haben. Die Untersuchung des vorliegenden Beispiels (vgl. Abb. 1) zeigt, dass neben der am weitesten verbreiteten Varietät, dem Schweizerdeutschen, lediglich die Sprachen aufgeführt sind, die den Status von Amtssprachen innehaben.

[4] Die Tatsache, dass die Nichtstandardvarietät ein höheres Prestige genießt als die Standardvarietät, ist einer der Gründe, warum die Diglossie in der Schweiz nicht unter die von Ferguson (1959) aufgestellten Kriterien fällt. Für eine ausführlichere Diskussion wird auf Morf (2024: 160-164) verwiesen.

zentrischer Sprachen[5] wie Deutsch bei der Übersetzer- und Dolmetscherausbildung lernen sollten, verschiedene Varietäten rezeptiv zu erkennen. Dadurch können potenzielle Missverständnisse oder Schwierigkeiten bei der Übersetzung von vornherein vermieden werden.

4. Didaktische Vorschläge für den Einsatz von LLs als Lehrmittel in der Übersetzerausbildung

Die im Folgenden vorgestellten Beispiele wurden bereits mit einer Gruppe von italienischsprachigen Lernenden im dritten Jahr des Bachelor-Studiengangs im Rahmen des Kurses *Übersetzung für internationales Marketing* erprobt. Der Kurs zielt auf die Verfeinerung von Textanalysetechniken gemäß dem von Nord (2009) vorgestellten Modell ab, welches im zweiten Jahr des Studiengangs eingeführt wird und auch aktive Übersetzungsübungen umfasst, und zwar vom Italienischen ins Deutsche. Da sich der Kurs auf Marketingkommunikation im Allgemeinen konzentriert, beziehen sich zahlreiche der ausgewählten Texte auf den Bereich der Werbung, z. B. Plakate und Inserate in Printmedien oder im Online-Bereich.

Die zu erreichenden Lernziele in Bezug auf die Verwendung der Sprachlandschaften sind in Übereinstimmung mit Janíková (2018: 148-149) wie folgt definiert:

- sprachbezogene Ziele, die sich auf die Entwicklung der rezeptiven Fertigkeiten in den in der Schweiz verwendeten Varietäten des Deutschen sowie auf die Sprachvermittlungskompetenz konzentrieren
- kulturbezogene Ziele, die der Vertiefung der kulturellen Spezifität von Zeichen im öffentlichen Raum dienen
- medienbezogene Ziele, die sich auf die Entwicklung der Kompetenz im Umgang mit verschiedenen Formen und Medien beziehen
- pädagogische und didaktische Ziele, die darauf abzielen, die Fertigkeit zur Beobachtung, Recherche, kritischen Analyse und Synthese von Informationen, die für das jeweilige Thema relevant sind, zu entwickeln.

[5] In der Sprachwissenschaft wird der Begriff ‚plurizentrische Sprache' verwendet, um eine Sprache zu beschreiben, die in mehr als einem Zentrum oder Land als regionale bzw. nationale Amtssprache gesprochen wird und daher mehrere Standardvarietäten aufweist. Für eine ausführlichere Diskussion des Konzepts der Plurizentrik in der deutschen Sprache sei auf Clyne (1992) und Kellermeier-Rehbein (2014) verwiesen.

Die erste Übung besteht in der Analyse eines Coop-Plakats (vgl. Abb. 2), das für die bekannte Supermarktkette wirbt, in der man alle Zutaten für die Zubereitung zweier typischer Schweizer Gerichte kaufen kann: Raclette (links) und Fondue (rechts).



Abb. 2: Coop-Plakat in der Schweiz[6]

Den Lernenden wurde die Aufgabe gestellt, das Plakat unter Berücksichtigung der in Nords (2009) Modell vorgeschlagenen textexternen und -internen Faktoren zu analysieren. Es folgen die Zusammenfassung der genannten Faktoren und die Erörterung der Fragen, die bei der Analyse zur Identifikation des kursiv gedruckten Elements zu stellen sind:

1. Textexterne Faktoren:
   - *Sender*: Wer? (gibt Aufschluss darüber, wer den Text geschrieben hat)
   - *Senderintention*: Wozu? (fragt nach der Intention des Verfassers)
   - *Adressant*: Wem? (gibt Hinweise auf das Zielpublikum)
   - *Kanal*: Über welches Medium? (betont den Kanal und damit die Form)
   - *Ort und Zeit*: Wo? Und wann? (gibt Aufschluss über den Entstehungsort des Textes und damit über die Kultur, zu der er gehört)
   - *Anlass:* Warum? (erklärt, warum der Text geschrieben wurde und welchen Zweck er verfolgt)

[6] Das Bild stammt aus dem Online-Magazin *Persoenlich.com* und kann unter folgendem Link eingesehen werden: <https://www.persoenlich.com/kategorie-werbung/wie-man-raclette-und-fondue-richtig-isst> [16.07.2024].

2. Textinterne Faktoren:
   - *Textthematik*: Worum geht es in dem Text? Was ist das Hauptthema? Gibt es Subthemen, die in den verschiedenen Teilen zu erkennen sind? Entspricht das Thema dem, was man aufgrund textexterner Faktoren erwartet?
   - *Textinhalt*: Wie spiegeln sich externe Faktoren im Inhalt des Textes wider? Welche Informationen sind im Text enthalten? Weist der Text einen Mangel an Kohäsion auf?
   - *Präsuppositionen*: Auf welcher Realität beruhen die im Text formulierten Informationen? Gibt es implizite Bezüge zur Realität? Gibt es Redundanzen im Text, die für einen italienischen Empfänger im Überfluss vorhanden sind? Welche der von den Empfängern des Ausgangstextes angenommenen Informationen müssen für die Empfänger des Zieltextes verbalisiert werden?
   - *Aufbau und Gliederung des Textes*: Wie ist die Makro- und Mikrostruktur des Textes? Wird die Makrostruktur des Textes durch optische Markierungen hervorgehoben oder ist sie durch Gliederungselemente erkennbar? Wird die Struktur durch die Textsorte vorgegeben? In welcher Reihenfolge werden die Textelemente präsentiert?
   - *Nonverbale Textelemente*: Von welchen nonverbalen Mitteln (Layout, typografische Gestaltung, Farben, Illustrationen, Bilder) wird der Text begleitet? Welche Funktion haben diese Elemente? Gehören diese nonverbalen Elemente zur Textgattung? Sind sie durch das Medium bedingt? Sind sie ausgangskulturspezifisch?
   - *Lexik*: Mit was für Wörtern wurde der Text verfasst? Wie beeinflussen textexterne Faktoren den textinternen Wortgebrauch (Regiolekte, Soziolekte, Standard- und Nichtstandardvarietäten, historische Sprachvarianten, Registerwahl, Verwendung von medienabhängigen Wortarten usw.)? Welcher Stilebene sind die im Text verwendeten Wörter überwiegend zuzuordnen?
   - *Syntax*: Welche syntaktischen Stilmittel werden in dem Text verwendet? Welche Satzformen (Hypotaxe oder Parataxe) weist der Text auf? Entspricht die Stellung der Satzteile der Thema-Rhema-Gliederung? Sind bestimmte syntaktische Merkmale des Textes vom Empfänger abhängig, sind sie textsortenspezifisch oder durch das verwendete Medium bestimmt?

- *Suprasegmentale Merkmale*: Welche suprasegmentalen Elemente (Akzent, Rhythmus, Melodie) sind im Text vorhanden und wie werden sie visuell hervorgehoben? Sind die prosodischen Elemente textsorten- oder funktionstypisch? Wie hängen die suprasegmentalen Elemente mit der Thema-Rhema-Gliederung zusammen?

Die Studierenden konnten aufgrund ihrer Vorkenntnisse bei der Wortschatzanalyse unmittelbar erkennen, dass sowohl die Standardvarietät (Schweizerhochdeutsch) im unteren Teil des Plakats, der als Erklärung dient, als auch die Nichtstandardvarietät (Schweizerdeutsch) in der Headline vorkommt[7]. Nachdem die Lernenden durch die Analyse der suprasegmentalen Elemente bemerkt hatten, dass der gelb unterlegte Teil auch durch die Schreibweise hervorgehoben wurde, die eine Betonung des ersten Teils (*chli stinke muess es*) zeigt, forderte die Lehrerin die Studierenden auf, zu erraten, was dort geschrieben wurde. Um die im Begleitband zum GER (Europarat 2020: 113) genannte Mediationskompetenz zu trainieren, wurde eine Vermittlungsübung in Zweiergruppen vorgeschlagen, bei der die Lernenden versuchen sollten, die Bedeutung beider schweizerdeutschen Ausdrücke (*chli stinke muess es* und *i de ganze Schwiiz*) auf Standarddeutsch zu erklären. Die Übersetzung wurde mit Hilfe der Lehrperson korrigiert. In einem zweiten Schritt sollten die Lernenden versuchen, anhand der Übersetzungen (*ein bisschen stinken muss es* und *in der ganzen Schweiz*) die sprachlichen Besonderheiten der Nichtstandardvarietät zu identifizieren. Das Verb ‚stinken' wurde umgehend identifiziert, da im Vergleich zur standardsprachlichen Form lediglich das letzte *-n* fehlt. Dies ist ein typisches Merkmal des Schweizerdeutschen, wonach alle Verben im Infinitiv mit einem *-e* oder einem *-ä* enden[8], wie im Fall der Verben ‚mitreden' (*mitrede*) und ‚gewinnen' (*gwinne*) sowie ‚bestellen' (*bstellä*) und ‚probieren' (*probierä*) in den Werbungen für das Bio-Müsli der Marke familia (vgl. Abb. 3).

[7] Die richtige Kombination von Schweizer Standard- und Nichtstandardvarietäten in der Werbung wurde auch auf der Fachtagung *Ädverteising - Dialekt in der Werbung* am 28. Februar 2023 beleuchtet, wo die Ergebnisse einer von der HWZ und htp St. Gallen initiierten und in Zusammenarbeit mit LINK, Publicis Zürich, dem Schweizerischen Idiotikon und der Universität Zürich durchgeführten Studie vor über 100 Teilnehmenden präsentiert wurden. Weitere Informationen sind auf der HWZ-Seite zu finden, auf der das Projekt vorgestellt wird, <https://fh-hwz.ch/forschung/forschungsprojekte> [16.07.2024].

[8] Die unterschiedliche Schreibweise ist darauf zurückzuführen, dass die Mundarten nicht kodifiziert sind und daher über keine genauen Regeln verfügen. Dies führt dazu, dass einige Laute in Abhängigkeit vom jeweiligen Dialekt unterschiedlich geschrieben werden. In der Schweizer Werbung findet tendenziell eher die Berner Mundart (*Bärndütsch*) Verwendung, die von den Rezipienten als angenehmer empfunden wird als das Zürichdeutsche (*Züritütsch*) oder Baseldeutsche (*Baseldytsch*).



Abb. 3: Werbungen des Bio-Müslis der Marke familia

Ebenfalls leicht zu erkennen war die Form des Verbs ‚müssen' in der dritten Person Singular, bei der ein *e* neben dem *u* steht, ein typisch schweizerisches Aussprachemerkmal, das auch in gängigen Wörtern wie ‚gut' (*guet*) oder ‚Müsli' (*Müesli*) vorkommt. Auf der Grundlage des Grundwissens der Studierenden über Lautverschiebungen konnte festgestellt werden, dass das Konsonantencluster *ch* von *chli* anstelle des Phonems *k* und der Vokal *i* anstelle des Diphthongs *ei* stand. Dies lässt sich auch an der Benennung der Schweizer Nation weiter unten beobachten, wo *ei* durch das doppelte *i* ersetzt wird.

Nach der Analyse der sprachlichen Merkmale des Coop-Plakats wurden die Lernenden aufgefordert, über ihren Sprachgebrauch nachzudenken und folgende Fragen zu beantworten:

- Welche Textteile sind in der Standardvarietät und welche in der Nichtstandardvarietät verfasst? Haben diese Teile unterschiedliche Funktionen? Inwiefern ist die Verwendung unterschiedlicher Codes begründet?
- Sind die Dialektmerkmale auf der phonetischen Ebene oder in der Wortwahl ausgeprägt?
- Gibt es Teile des verbalen Textes, die in direktem Zusammenhang mit den nonverbalen Elementen des Plakats stehen? Welche und in welcher Form sind sie geschrieben?
- Welche verbalen und nonverbalen Elemente tragen zur Lokalisierung des Produkts oder der Dienstleistung bei?
- Glauben Sie, dass es möglich wäre, eine Übersetzung der Werbung ins Italienische anzufertigen? Sollte in diesem Fall etwas grafisch oder sprachlich geändert werden?

Im Hinblick auf die zuletzt gestellten Fragen zur Produktlokalisierung sowie zur Möglichkeit der Übersetzung von Werbung für ein italienisches Publikum besteht das klare Ziel, das Konzept der Transkreation[9] in den Kurs einzubringen. Um auch Aspekte der Schweizer Kultur zu vertiefen, sollen die Lernenden eine Recherche durchführen, um festzustellen, wann Raclette und Fondue gegessen werden, ob es sich dabei um Nationalgerichte handelt und ob ein Äquivalent in Italien existiert, wie beispielsweise Lasagne.

Da es auch verschiedene Werbespots desselben Inserats gibt, könnte den Studierenden als eigenständige Aufgabe die Durchführung einer multimodalen Analyse des Werbespots aufgegeben werden (vgl. Morf 2021: 39-47). Dies dient der Förderung der Entwicklung von Hörkompetenzen in der nicht standardisierten schweizerischen Varietät sowie des Umgangs mit verschiedenen Formen und Medien.

Im Anschluss an die Unterrichtsstunden wurden die erlernten Analysefertigkeiten durch die Bearbeitung einer Aufgabe zur Analyse und zum Vergleich von vier verschiedenen Werbeplakaten gefestigt. Dabei handelte es sich um ein Werbeplakat der Supermarktkette Migros, ein Tourismusplakat für den Kanton Graubünden, eines der Bonbonmarke Ricola und das letzte der Schokoladenmarke Frey (vgl. Abb. 4). Die Analyse und der Vergleich der Werbeplakate dienten dazu, das Erkennen der in der Schweiz verwendeten Standard- und Nichtstandardvarietäten und ihrer unterschiedlichen Funktionen in der Werbung zu üben.



Abb. 4: Vier Plakate zum Analysieren und Vergleichen

[9] Der Begriff ‚Transkreation' bezeichnet eine Übersetzung, die einen hohen kreativen Spielraum zulässt (vgl. Antonucci 2018: 73). Ihre Funktion besteht darin, beim Rezipienten eine emotionale Beteiligung zu wecken, lokale Besonderheiten zu nutzen und das Scheitern der kommerziellen Kommunikation auf Märkten zu vermeiden, auf denen die Werte der Verbraucher_innen von denen abweichen, die in den Ausgangsbotschaften propagiert werden.

Für die sprachliche Analyse wurde seitens der Lehrperson die Verwendung des Varietätenwörterbuchs (Ammon *et al.* 2016) empfohlen. Dieses ermöglicht die Herausstellung derjenigen Wörter, die zu den Helvetismen und damit zur Standardsprache gehören (z. B. *Guetzli*), sowie derjenigen, die dies nicht tun, wie im Fall von *Chrüterchraft*. Der Begriff *patcifig* [patʃi:fˌɪç], der ausschließlich im Kanton Graubünden verwendet wird, ist auch aus lexikalischer Perspektive von besonderem Interesse. Dank der Werbung hat er überregionale Bekanntheit erlangt, sodass er nun als Hashtag verwendet wird. Dies eröffnet die Möglichkeit, sowohl lexikalische Vertiefungen als auch Übungen für die Entwicklung von Mediationsstrategien (Europarat 2020: 140-141) anzubieten.
Um eine linguistische Analyse zu fördern, die darauf abzielt, die Besonderheiten der Nichtstandardvarietät zu identifizieren und sie mit der den Lernenden bekannten Standardvarietät zu vergleichen, kann eine Übung mit einer Swisscom-Werbung vorgeschlagen werden (vgl. Abb. 5). Die Plakate präsentieren sowohl die Standardvarietät, die am unteren Rand mit dem Slogan der Werbekampagne „Gemeinsam bereit" versehen ist, als auch die Nichtstandardvarietät, die im Kontext computervermittelter Kommunikation zum Einsatz kommt und auf das Konzept der Sprache der Nähe verweist (vgl. Koch/Österreicher 1985: 15-43). Diese Art von Werbung eignet sich zudem zur Thematisierung der schweizerischen Diglossie (vgl. Ruoss 2019; Morf 2024), welche in der Ausbildung zukünftiger Dolmetscher_innen und Übersetzer_innen von Relevanz ist.



Abb. 5: Swisscom-Anzeigen mit WhatsApp-Nachrichten in der Mundart

Die auf den Plakaten erscheinenden WhatsApp-Nachrichten im Dialekt können mithilfe der in der Standardsprache gegebenen Informationen entschlüsselt werden. Nach der Dekodierung und Übersetzung der Nachrichten lassen sich aus den beiden Standard- und Nichtstandardversionen einige allgemeine

Regeln ableiten. Dazu gehören das Weglassen des Personalpronomens (*bisch* vs. *du bist* und *bin* vs. *ich bin*), die Verwendung des Verstärkers *mega*, die Änderung der Aussprache der Präposition ‚aus' in *us* und des Adverbs ‚da' in *do,* die unterschiedliche Realisierung des Diphthongs *-ei* in ‚Feierabend' (*Füürabe*) sowie die Reduktion bestimmter Wörter (*i* vs. *ich*, *no* vs. *noch*, *di* vs. *dich*). Für den Fall, dass das Sprachniveau der Lernenden nicht ausreicht, um die Dialektsätze adäquat zu erfassen, wäre es eine mögliche Option, einen Vergleich von Anzeigen in unterschiedlichen Sprachvarietäten wie das bundesdeutsche Hochdeutsch (oben) und das Schweizerdeutsch (unten) durchzuführen (vgl. Abb. 6).



Abb. 6: Anzeigen in Standard- und Nichtstandardvarietäten des Deutschen in der Schweiz

Vergleichsarbeiten auf sprachlicher Ebene können ebenfalls mit anderen Marketingdokumenten durchgeführt werden, wie im Falle des im Jahr 2012 veröffentlichten Geschäftsberichts von Swatch, der einmal auch in einer schweizerdeutschen Version erschienen ist. Der im Kurs durchgeführte Indexvergleich diente der Identifizierung von Wiederholungen im Dialekt, wodurch die Studierenden die Merkmale der nicht standardisierten Varietät systematisieren und folglich den Text entschlüsseln sowie besser verstehen konnten.

Die Reflexion über die Formen der Standard- und Nichtstandardvarietät ist für zukünftige Sprachmittler_innen nicht nur auf der rezeptiven Ebene von Nutzen, sondern auch für die aktive Übersetzung. Dabei kann je nach Zielpublikum die Verwendung oder Nichtverwendung von Helvetismen oder Dialektausdrücken in Betracht gezogen werden. In diesem Zusammenhang wurden die Studierenden aufgefordert, einen Zeitungsartikel zu lesen, der die Bedeutung der Verwendung von Helvetismen in Übersetzungen für ein Schweizer Publikum

hervorhebt[10]. In der Werbekampagne für eine Coop-Anwendung wurde nämlich das Verb ‚grillen' in die schweizerische spezifische Variante[11] ‚grillieren' geändert, was für den im Schweizer Dialekt entworfenen Satz, in dem das deutsche Verb ohnehin nach den in der Schweiz verwendeten Parametern angepasst worden war (d.h. *grille* ohne abschließendes *-n*), viel besser geeignet war. Die Lektüre des Artikels offenbarte, dass das Schweizer Publikum bei der Rezeption von Texten Ausdrücke in Schweizerdeutsch bevorzugt, sofern dies möglich ist. Andernfalls werden Formulierungen akzeptiert, die zumindest auf die Standardvarietät des Deutschen in der Schweiz zurückzuführen sind. Die Vorliebe des Schweizer Publikums für nationale Varietäten stellt eine wesentliche Information dar, die von Studierenden der Sprachmittlung berücksichtigt werden sollte, insbesondere in Kursen, in denen ein aktiver Übersetzungsteil vom Italienischen ins Deutsche vorgesehen ist. Dies verdeutlicht jedoch auch die Notwendigkeit, sich mit den im Land des Zielpublikums verwendeten Varietäten der deutschen Sprache vertraut zu machen.

Übungen zum Kennenlernen und Einprägen von Helvetismen können Übersetzungsübungen aus dem Schweizerhochdeutsch in die übliche bundesdeutsche Varietät der institutionellen Zeichen umfassen. In diese Kategorie fallen vor allem Straßenschilder sowie Schilder, die an öffentlichen Plätzen zur Signalisierung von Verboten oder besonderen Situationen angebracht werden (vgl. Abb. 7). Die Studierenden erlangen durch derartige Übungen nicht nur Kenntnisse über neue Helvetismen (z. B. *Billet*, *Velos*, *Fehlbare* usw.), sondern auch über ortsübliche Ausdrücke wie *wird gebüsst*[12] und deren Schreibweise.

[10] Der zitierte Artikel ist frei zugänglich auf der Internetseite der Blick-Zeitung <https://www.blick.ch/schweiz/sprachstreit-endlich-grilliert-coop-wieder-id2281998.html> [22.07.2024].

[11] Der Begriff ‚spezifische Varianten' umfasst alle Lexeme, die ausschließlich innerhalb eines Zentrums bzw. einer Nation verwendet werden. Als Beispiel kann hier das Verb ‚grillieren' angeführt werden, das aufgrund seiner auf die Deutschschweiz beschränkten Verwendung als Helvetismus bezeichnet wird. Unspezifische Varianten hingegen umfassen Begriffe, die in mehr als einem Zentrum gebräuchlich sind (vgl. Ammon 1995: 106-108). Für einen Überblick über die verschiedenen Arten von Varianten sei auf Kellermeier-Rehbein (2014: 42-49) verwiesen.

[12] Der Ausdruck bedeutet, dass die betreffende Person mit einer Geldstrafe belegt wird.



Abb. 7: Schilder an öffentlichen Orten in der Schweiz

Derartige Übungssequenzen können zudem eine Förderung der Reflexion umfassen, welche sich auf die verwendete Standardvarietät, auf den Einfluss anderer Sprachen, die in bestimmten Helvetismen beobachtet werden können, sowie auf die Sitten und Gebräuche der Schweizer Gesellschaft bezieht. Dadurch findet eine Erweiterung des sprachlichen Wissens um kulturelles Wissen statt.

Im Anschluss an die Lern- und Untersuchungsphase zum Thema Helvetismen kann eine aktive Übersetzungsübung empfohlen werden. Die Studierenden werden dazu aufgefordert, Lösungen für ein deutschsprachiges Schweizer Publikum zu entwickeln und ihre Wahl auf der Grundlage des im Unterricht verwendeten funktional-pragmatischen Ansatzes zu begründen. Da die Schweiz ein viersprachiges Land ist, besteht die Möglichkeit, für diese Übung im Klassenzimmer Material zu wählen, das bereits in einer italienischen und einer deutschen Version vorliegt. Diesbezüglich sei auf die Coop-Broschüre aus dem Jahr 2017 verwiesen (vgl. Abb. 8)[13].

[13] Es konnte nicht mit Sicherheit festgestellt werden, ob eine der beiden Broschüren eine Übersetzung der anderen ist und welche der beiden zuerst verfasst wurde. In multilingualen Unternehmen wird typischerweise eine zentralisierte Publikationsstrategie verfolgt, bei der der Großteil der Inhalte in der Sprache verfasst wird, die von der größten Bevölkerungsgruppe gesprochen wird, und anschließend in andere Sprachen übertragen wird. Dies legt die Vermutung nahe, dass die ursprüngliche Version des Coop-Textes in Deutsch verfasst wurde. Die Hypothese, dass es sich um Übersetzungen des jeweils anderen Texts handelt, wird durch eine Analyse des Layouts und der behandelten Themen gestützt. Beide Texte weisen keine signifikanten regionalen Besonderheiten auf, was eine zeitgleiche Redaktion in beiden Sprachen rechtfertigen würde.



Abb. 8: Die Coop-Broschüre 2017 in deutscher und italienischer Version

In der Folge können die korrigierten Vorschläge der Lernenden mit den Originalen verglichen werden, sodass die getroffen Übersetzungsentscheidungen reflektiert werden können. In dieser Phase besteht auch die Möglichkeit, die lexikalischen Entscheidungen in der italienischen Version zu kommentieren, was zu einer Diskussion über Italienisch als plurizentrische Sprache führen könnte. In der Tat weist das in der Schweiz gesprochene Italienisch viele variantenreichen Dimensionen auf (vgl. Pandolfi 2011), die auch in der Coop-Broschüre vorkommen.

5. Schlussbemerkungen

Aus den dargelegten Beispielen geht hervor, dass es bei der Ausbildung von Fachübersetzer_innen unerlässlich ist, Kenntnisse über Standard- und Nichtstandardvarietäten des Deutschen zu vermitteln. Dies ist zum einen darauf zurückzuführen, dass es keine einheitliche Standardvarietät gibt, die in ihrer reinen Form verwendet werden kann (vgl. Göttert 2012: 288). Zum anderen lässt sich in der Praxis eine steigende Beliebtheit der Nutzung mehrerer Varietäten, einschließlich Nichtstandardvarietäten oder einer Kombination davon, in spezifischen Bereichen wie dem Marketing beobachten. Dadurch wird eine Annäherung an die Zielgruppe angestrebt, um deren Aufmerksamkeit und Neugierde zu wecken. Auf der rezeptiven Ebene ist es daher von entscheidender Bedeutung, die verschiedenen Varietäten erkennen zu können, um eine genauere Textanalyse durchzuführen und alle darin enthaltenen Bedeutungsnuancen zu verstehen. Auf der Ebene der Textproduktion hingegen erweist sich die Kenntnis der ver-

schiedenen Varietäten oder zumindest ihrer Funktionsweise und Rolle als hilfreich, insbesondere bei aktiven Übersetzungen bzw. Transkreationen, bei denen das Ziel darin besteht, das Publikum besser zu erreichen und das Produkt besser zu positionieren und zu lokalisieren.

Der Einsatz von Sprachlandschaften erweist sich in der Übersetzungsdidaktik als gewinnbringend, um den Studierenden unterschiedliche Varietäten des Deutschen näher zu bringen, wie z. B. Schweizerdeutsch, das wenig bekannt ist und selbst auf rezeptivem Niveau selten gelernt wird. In der Tat ermöglichen LLs den Lernenden den Zugang zu gut ausgewähltem und portioniertem Material, das auf anregende Weise präsentiert wird und zudem originell und authentisch ist.

Bibliographie

Abraham, Ulf/Sowa, Huber (2016), *Bild und Text im Unterricht. Grundlagen, Lernszenarien, Praxisbeispiele,* Seelze: Kallmeyer in Verbindung mit Klett

Ammon, Ulrich (1995), *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: Das Problem der nationalen Varietäten*, Berlin/New York: de Gruyter

Ammon, Ulrich *et al.* (Hg.) (2016²), *Variantenwörterbuch des Deutschen: Die Standardsprache in Österreich, der Schweiz, Deutschland, Liechtenstein, Luxemburg, Ostbelgien und Südtirol sowie Rumänien, Namibia und Mennonitensiedlungen*, Berlin/Boston: de Gruyter

Androutsopoulos, Jannis (2014), *Computer-mediated communication and linguistic landscape*. In J. Holmes/K. Hazen (eds.), *Research methods in sociolinguistics. A practical guide*, Malden, MA: WileyBlackwell, 74-90

Antonucci, Barbara (2018), *Get Real(ia). Introduzione alla professione del traduttore,* Varazze: PM

Backhaus, Peter (2007), *Linguistic Landscape: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*, Clevedon: Multilingual Matters

Badstübner-Kizik, Camilla/Janíková, Věra (Hg.) (2018), *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik,* Berlin: Peter Lang

Bellinzona, Martina (2018), *Linguistic Landscape e contesti educativi. Uno studio all'interno di alcune scuole italiane*. «Lingue e Linguaggi» 25, 297-321

Brown, Kara D. (2012), *The linguistic landscape of educational spaces: Language revitalization and schools in southeastern Estonia.* In D. Gorter/H.F. Marten/L. Van Mensel (eds.), *Minority languages in the linguistic landscape*, London: Palgrave Macmillan, 281-298

Cenoz, Jasone/Gorter, Durk (2006), *Linguistic Landscape and minority language*. «The International Journal of Multilingualism» 3, 67-80

Cenoz, Jasone/Gorter, Durk (2008), *Linguistic Landscape as an additional source of input in second language acquisition*. «International Review of Applied Linguistics in Language Teaching» 46, 267-287

Clyne, Michael G. (1992), *German as a pluricentric language*. In: M. G. Clyne (ed.), *Pluricentric Languages: Differing Norms in Different Nations,* Berlin/New York: de Gruyter, 117-148

Coluzzi, Paolo (2009), *The Italian linguistic landscape: The cases of Milan and Udine*. «The International Journal of Multilingualism» 6 (3), 298-312

Europarat (2020), *Gemeinsamer europäischer Referenzrahmen für Sprachen.* Begleitband, Stuttgart: Ernst Klett Sprachen

Ferguson, Charles A. (1959), *Diglossia.* «Word» 19 (2), 325-340

Gorter, Durk (2013), *Linguistic landscape in a multilingual world.* «Annual Review of Applied Linguistics» 33, 190-212

Göttert, Karl-Heinz (2012), *Alles außer Hochdeutsch. Ein Streifzug durch unsere Dialekte*, Berlin: Ullstein

Hecke, Carola/Surkamp, Carola (2015), *Einleitung: Zur Theorie und Geschichte des Bildeinsatzes im Fremdsprachenunterricht.* In C. Hecke/C. Surkamp (Hg.), *Bilder im Fremdsprachenunterricht*, Tübingen: Narr, 9-24

Huebner, Thom (2006), *Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print, Codemixing and Language Change.* In D. Gorter (ed.), *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Clevedon: Multilingual Matters, 31-51

Janíková, Věra (2017), *Linguistic Landscapes als Forschungsgebiet und sprachdidaktisches Potenzial.* «Aussiger Beiträge» 11, 123–141

Janíková, Věra (2018), *Linguistic Landscapes aus fremdsprachendidaktischer Perspektive.* In Badstübner-Kizik/Janíková (2018), 137-172

Janíková, Věra (2022), *Linguistic Landscape als Potenzial für die Entwicklung von Sprachmittlungskompetenz.* In P. Katelhön/P. Marečková (Hg.), *Sprachmittlung und Mediation im Fremdsprachenunterricht an Schule und Universität*, Berlin: Frank & Timme, 79-106

Jones, Rodney H. (2010), *Cyberspace and physical space: Attention structures in computer mediated communication.* In A. Jaworski/C. Thurlow (eds.), *Semiotic landscapes. Language, image, space*, London: Continuum, 151-167

Kandrić, Mira/Kaindl, Klaus/Reithofer, Karin (2019[6]), *Translatorische Methodik, Basiswissen Translation*, Wien: Facultas

Kellermeier-Rehbein, Birte (2014), *Plurizentrik: Einführung in die nationalen Varietäten des Deutschen*, Berlin: Schmidt

Klewitz, Bernd (2016), *Bilder im Fremdsprachenunterricht: Exploring the Visual Stimulus.* In E. Klein/M. Reinfried (Hg.), *Bilder im kompetenzorientierten Fremdsprachenunterricht.* Akten des GMF-Sprachentages Aachen 2013, Aachen: Giessener Elektronische Bibliothek, 105-144

Koch, Peter/Österreicher, Wulf (1985), *Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte.* «Romanistisches Jahrbuch» 36, 15-43

Krompák, Edina (2018), *Linguistic Landscape im Unterricht. Das didaktische Potenzial eines soziolinguistischen Forschungsfelds*. «Beiträge zur Lehrerinnen- und Lehrerbildung» 36 (2), 246-261

Landry, Rodrigue/Bourhis, Richard Y. (1997), *Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. An Empirical Study*. «Journal Of Language and Social Psychology» 16 (1), 23-49

Malinowski, David/Maxim, Hiram H./Dubreil, Sébastian (eds.) (2020), *Language Teaching in the Linguistic Landscape: Mobilizing Pedagogy in Public Space*, Cham: Springer Nature Switzerland AG

Marten, Heiko F./Saagpakk, Maris (Hg.) (2017), *Spot German und Linguistic Landscape an der Schnittstelle von Sprachwissenschaft und Deutschdidaktik*, München: IUDICIUM

Melo-Pfeifer, Sílvia (Hg.) (2023), *Linguistic Landscapes in Language and Teacher Education*, Cham: Springer

Morf, Miriam (2021), *Unternehmenskommunikation und neue Medien – Persuasive und informative Aspekte am Beispiel eines Unternehmensfilms*. In A. Nardi/N. Leonardi (a cura di), *Il linguaggio dell'impresa. Dialogo tra la ricerca scientifica e il mondo imprenditoriale*, Roma: Aracne, 33-58

Morf, Miriam (2024), *Schweizerdeutsch (svizzero tedesco) VS. Schweizerhochdeutsch (tedesco svizzero standard): viaggio nella diglossia della Svizzera tedesca tra passato e presente*. In G. Marozzi/F. Marti/F. Piangerelli (a cura di), *Sistema binario. Sulle molteplici prospettive del viaggio: dimensione reale e virtuale*, Macerata: EUM, 155-171

Nord, Christiane (2009), *Textanalyse und Übersetzen. Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung einer übersetzungsrelevanten Textanalyse*, 4. überarbeitete Aufl., Tübingen: Julius Groos

Palermo, Silvia/Sgambati, Gabriella (2024*), Il paesaggio linguistico plurilingue e la didattica: il caso dell'Alto Adige/Südtirol*. In C. Flinz/K. Salzmann/P. Giuliano (Hg.), *Sviluppo della competenza plurilingue nella didattica delle lingue straniere (DaF/DaZ e italiano LS/L2) nell'era digitale: risorse lessicografiche, corpora e nuove tecnologie*. «Linguistik Online» 126 (2), 125-150

Pandolfi, Elena Maria (2011), *Le dimensioni di variazione e l'italiano della Svizzera: aspetti quantitativi*. «Studi italiani di linguistica teorica e applicata» 40 (2), 313-331

Peukert, Hagen (2015), *Urban linguistic landscaping: Scanning metropolitan spaces*. In M. Laitinen/A. Zabrodskaja (Hg.), *Dimensions of Sociolinguistic Landscapes in Europa*, Frankfurt a.M.: Peter Lang, 29-51

Puzey, Guy (2012), *Two-Way Traffic: How Linguistic Landscapes Reflect and Influence the Politics of Language*. In G. Gorter/H.F. Marten/L. Van Mensel (eds.), *Minority Languages in the Linguistic Landscape*, Basingstroke: Palgrave Macmillan, 127-147

Rowland, Luke (2013), *The pedagogical benefits of a linguistic landscape project in Japan*. «International Journal of Bilingual Education and Bilingualism» 16 (4), 494-505

Ruoss, Emanuel (2019), *Schweizerdeutsch und Sprachbewusstsein. Zur Konsolidierung der Deutschschweizer Diglossie im 19. Jahrhundert*, Berlin/Boston: de Gruyter

Schiedermair, Simone (2015), *Überlegungen zur Kulturvermittlung im Fach Deutsch als Fremdsprache. Linguistic Landscapes und Erinnerungsorte*. In C. Badstübner-Kizik/A. Hille (Hg.), *Kulturelles Gedächtnis und Erinnerungsorte im hochschuldidaktischen Kontext*, Frankfurt a.M.: Peter Lang, 65-82

Staiger, Michael (2020), *Von der ‚Wende zum Bild' zum ‚multimodalen Turn'. Perspektiven und Potenziale für eine Deutschdidaktik als Medienkulturdidaktik*. «Der Deutschunterricht» 72, 65-74

Stolze, Redegundis (2020[5]), *Fachübersetzen. Ein Lehrbuch für Theorie und Praxis,* Berlin: Frank & Timme

Warnke, Ingo H. (2011), *Die Stadt als Kommunikationsraum und Linguistische Landschaft*. In W. Hofmann (Hg.), *Die Stadt als Erfahrungsraum der Politik. Beiträge zur kulturellen Konstruktion urbaner Politik*, Münster: LIT, 343-363

Ziegler, Evelyn/Marten, Heiko F. (Hg.) (2021), *Linguistic Landscapes im deutschsprachigen Kontext. Forschungsperspektiven, Methoden und Anwendungsmöglichkeiten,* Berlin: Peter Lang

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 135-158 | ISSN 1124-3724

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)[1] è cresciuta notevolmente ed è un "campo in continua espansione" (Gorter/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

[1] 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[2]. 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"[3]. Al contrario, spiega ancora Milani, *gender* (inteso come 'genere sociale'[4]) 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[5]. 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 sopracitato, 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.

[2] 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).

[3] 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).

[4] 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.

[5] 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*[6]. 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 italofona e quella tedescofona 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 connaturata 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.

[6] Il corpus è consultabile al link: <https://lingscape-app.uni.lu/pin/list/?search=&projects_set=275&o=-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[7].

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 ascriversi 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 pionieristici 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'.

[7] 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[8].

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'[9].

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

[8] 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/l-accademia-della-crusca-e-la-questione-del-genere-nella-lingua/16406> [05.06.2025].

[9] 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[10]. 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 participiali (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[11]. 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" (*Richtlininen* 2024: 4), "il candidato o la candidata" (*Direttive* 2024: 3) nella forma estesa, e "der Beamte/die

[10] 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).

[11] 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)[12], "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 Rechtsschreibung. 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)

[12] 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*[13].

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.

[13] 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 italofona, 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'[14].

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[15].

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.

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

[15] 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[16]. 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/Andreani 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.

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

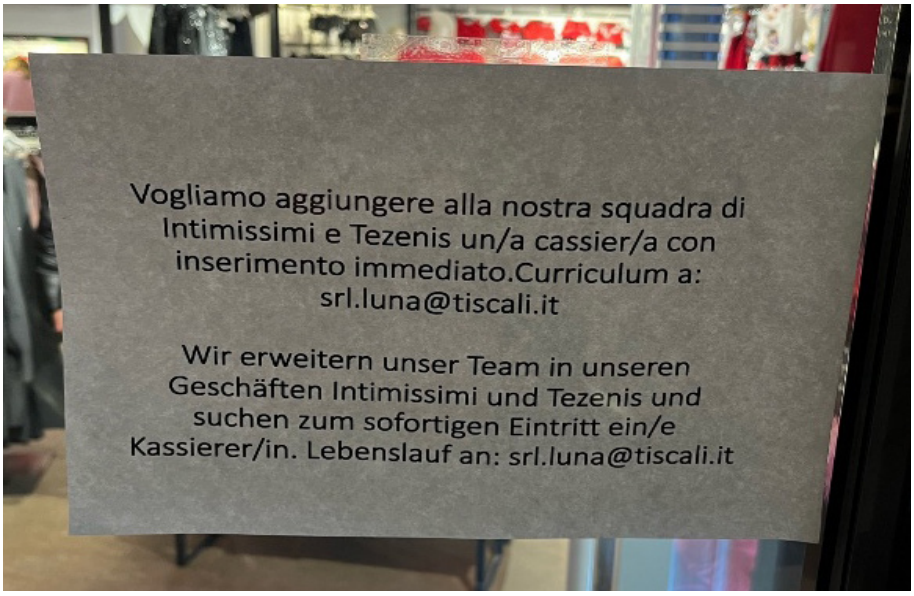


Fig. 3: ID 74264

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[17] – che separa il morfema derivazionale del femminile, "Verkäufer·in". Questa strategia del linguaggio inclusivo richiede particolare at-

[17] 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[18].



Fig.4: ID 106905

[18] 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[19].

[19] 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 composizionale 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[20]. 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 Bressanone 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.

[20] 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[21]. 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-

[21] Nel corpus LLSüdtirol 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)[22]. 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

[22] 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 pornoheterotopias: (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 Lnguistic 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

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 159-187 | ISSN 1124-3724

Vincenzo Gannuscio; Silvia Palermo[1]

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

This study examines the presence and role of electoral signs in the Linguistic Landscape (LL) of Alto Adige/Südtirol during the 2023 election campaign. Given the region's bilingual (Italian-German) and in some areas trilingual (including Ladin) context, electoral signage provides a unique insight into political communication strategies and language use. Using a qualitative approach, the research analyzes monolingual and multilingual election posters collected in the week preceding the October 22, 2023 elections through the LL-Politics_Südtirol corpus, built with the Lingscape APP. The study explores how parties utilize linguistic and multimodal strategies in their campaign materials and whether language choices reflect the linguistic composition of candidate lists. Findings indicate that language use in political messaging varies significantly across parties, with some adhering strictly to monolingual communication and others incorporating multilingual elements to reach a broader electorate. Applying models from Reh (2004), Kress/van Leeuwen (2006) and Scollon/Scollon (2003), the research highlights pragmatic, symbolic, and strategic uses of language in the electoral LL.

Multilingualism and politics: the Linguistic Landscape in the 2023 municipal elections in South Tyrol

[Linguistic Landscape; multilingualism; political elections; South Tyrol; political communication]

1. Introduzione

La presenza di segni bilingui e/o multilingui nel *Linguistic Landscape* (LL) dell'Alto Adige/*Südtirol*, dove, com'è noto, vige il bilinguismo italiano-tedesco su tutto il territorio e il trilinguismo con il ladino in Val Badia e Val Gardena, è stata oggetto di vari studi[2].

[1] Il presente lavoro nasce dalla stretta collaborazione tra gli autori. Vincenzo Gannuscio è responsabile delle parti 3, *3.1.1.*, *3.1.3.*, *3.1.5.*, *3.1.7.*, *3.1.9.*, *3.1.11.*, *3.1.13.*, *3.1.15*; 4.; Silvia Palermo è responsabile delle parti 1, 2, *3.1.2.*, *3.1.4.*, *3.1.6.*, *3.1.8.*, *3.1.10.*, *3.1.12.*, *3.1.14.*, *3.1.16*.

[2] Cfr. Plank (2006); Dal Negro (2008); Crestani (2019); Veronesi (2021); Palermo (2022); Palermo/Sgambati (2024); Sgambati (2024).

Ricordando che un paesaggio linguistico elettorale è costituito sempre da segni effimeri, transitori e fortemente contestuali (Shohamy/Gorter, 2009: 6; Petkova 2017), questo contributo è dedicato al peculiare LL elettorale durante la campagna delle amministrative altoatesine del 22 ottobre 2023.

Lo studio, condotto sulla base di un approccio di tipo qualitativo[3], presenta una selezione di foto di segni mono – e multilingui, tratte dal corpus LL-Politics_Südtirol – di cui si parlerà in seguito – che sono state raccolte dagli autori con l'ausilio dell'APP *Lingscape*[4] nella settimana precedente alle elezioni.

Alla presentazione di ciascuna lista elettorale dei partiti concorrenti, farà di volta in volta seguito un'analisi dei manifesti elettorali raccolti. Per questo contributo, fra le varie possibili manifestazioni del LL elettorale, si è infatti scelto di analizzare solo i manifesti, perché consentono di veicolare messaggi politici in modo efficace, prestandosi a una vasta gamma di strategie comunicative che sfruttano elementi visivi, linguistici e simbolici e perché costituiscono uno degli strumenti più utilizzati per la comunicazione (Seargeant *et al.* 2023: 20).

Seguiranno alcune considerazioni politico-linguistiche sulle scelte attuate dai partiti, con un focus particolare sul multilinguismo presente nei manifesti elettorali, scelte che verranno analizzate col modello di analisi sviluppato da Reh (2004) per l'organizzazione pragmatica dei testi scritti multilingui, e quello sviluppato da Kress/van Leuwen (2006) e da Scollon/Scollon (2003) per la composizione visiva di testi scritti multilingui e multimodali.

L'obiettivo è una messa a fuoco del rapporto che qui intercorre fra il multilinguismo e la politica. Si intende esplorare, cioè, se la suddivisione linguistica propria della provincia autonoma sia visibile anche nel LL elettorale rilevato, e analizzare in che misura le scelte comunicative dei partiti rispecchino o meno la composizione linguistica delle liste.

Nella fase precedente alla raccolta dati sul territorio, seguendo le indicazioni di Backhaus (2007: 65), è stata circoscritta l'area di indagine con la selezione dei cinque comuni principali della provincia, quelli cioè che, in base al censimento ASTAT dicembre 2021[5], risultano essere i più popolosi e che costituiscono insieme il 38,5 % dell'intera popolazione: Bolzano, Merano, Bressanone, Laives e Brunico.

[3] Per un dettagliato riepilogo sulle specificità degli approcci metodologici e sulla valutazione di quale sia l'approccio più valido negli studi sul LL si rimanda a Gorter/Cenoz (2024: 90-128).

[4] L'APP *Lingscape* <https://lingscape-app.uni.lu>, sviluppata presso l'Università di Lussemburgo e resa disponibile dal 2016, è una delle più diffuse per la raccolta di foto di segni (Purschke 2017, 2018; Gorter/Cenoz 2024).

[5] <https://astat.provincia.bz.it/it/news-pubblicazioni-info.asp?news_action=4&news_article_id=678891> [13.01.2025].

Sempre nella fase preliminare si è proceduto a una lettura attenta delle circolari che hanno come oggetto "la disciplina della propaganda elettorale per le elezioni del consiglio provinciale del 22 ottobre 2023"[6], dalla cui lettura però sono emersi solo elementi comuni alla disciplina della propaganda elettorale nel resto d'Italia, elementi che sono stati poi confermati dalla successiva indagine sul territorio. Va sottolineato che, in tutti e cinque i comuni oggetto del nostro studio, gli spazi di propaganda diretta sono stati collocati al di fuori del centro storico, in zone abitative ma non di passaggio.

2. Il corpus LL-Politics_Südtirol

Nonostante alcuni studi sul LL prendano in considerazione anche materiale presente in rete (cfr. Crestani 2019) e nonostante il discorso politico si sia ormai spostato prevalentemente sui canali televisivi e sul WEB in una dimensione definita di 'mediatizzazione' (cfr. Mazzoleni/Schulz 1999; Di Pace/Pannain 2023), per il nostro corpus si è scelto di ricorrere solo ed esclusivamente a materiale presente nel LL negli spazi aperti, in linea con la definizione largamente condivisa (cfr., tra gli altri, Landry/Bourhis 1994; Gorter/Cenoz 2024).

Si è quindi proceduto in una prima fase al rilevamento di tutto il materiale presente sul territorio selezionato. Sono stati così individuati e fotografati *display panel*, sticker, flyer, volantini, manifesti elettorali e le cosiddette 'vele' (trasportate mediante l'utilizzo di auto- o motoveicoli).

Per la raccolta e classificazione del materiale la scelta è ricaduta sull'APP *Lingscape* perché, oltre a consentire la geolocalizzazione delle immagini e a dare la possibilità di creare per ogni immagine una scheda con varie tassonomie (integrando i dati anche in un secondo momento), permette di raccogliere ogni segno contenente "writing or lettering" (Gorter/Cenoz 2024: 103).

Il totale delle foto di segni inserite nel corpus LL-Politics_Südtirol per questa campagna elettorale è di 492[7]. Si è deciso poi in seguito di circoscrivere l'analisi e le derivanti considerazioni alla sola tipologia dei manifesti elettorali[8]. Il corpus alla base delle seguenti considerazioni è quindi costituito da 403 foto di segni.

[6] <https://landtagswahlen.provinz.bz.it/downloads/34812el-circolare-propaganda-rundschreiben-wahlwerbung_firmato.pdf?v=2023-11-20T07:21:19.925Z> [23.01.2025].

[7] Il corpus LL-Politics_Südtirol è stato successivamente ampliato con l'aggiunta di foto di segni raccolte in occasione delle Elezioni Europee 06/2024 e delle Elezioni Comunali 05/2025, raggiungendo l'attuale (maggio 2025) numero di 1029 foto di segni.

[8] Per una descrizione del genere testuale del manifesto elettorale si rimanda, fra gli altri, a Pappert (2017).

Il multilinguismo presente sui manifesti elettorali è stato analizzato applicando il modello individuato da Reh (2004: 1-41) per la descrizione e l'analisi di segni multilingui raccolti a Lira Town (Uganda) tra il 2000 e il 2002, modello che è stato peraltro ripreso quasi unanimamente negli studi successivi sul LL e che è anche alla base della tassonomia *Distribution* presente sull'APP *Lingscape*. Questa tassonomia, che descrive l'organizzazione pragmatica del multilinguismo in un segno linguistico, cioè il modo in cui le informazioni vengono tradotte nelle diverse lingue, ha occorrenze nel nostro corpus in tutte e quattro le strategie di riscrittura: *complementary, duplicating, fragmentary* e *overlapping*. Come si vedrà nell'analisi dei manifesti elettorali multilingui, la tassonomia *Distribution* è strettamente legata alla tassonomia *Dominance* che registra i rapporti che intercorrono tra le varie lingue presenti, soffermandosi sulle diverse forme di gerarchia nei segni (*position*), stabilite dalla loro composizione visiva, materiale o semiotica (*size*, *form, color*), per i quali è stato preso in considerazione il modello di Kress/van Leuwen (2006) e Scollon/Scollon (2003). Le altre tassonomie considerate in questo contributo sono la *Directedness*, la *Composition* e la *Linguality*[9].

Nel LL altoatesino sono state riscontrate entrambe le possibili realizzazioni della *Directedness,* con la presenza di una comunicazione sia *top-down* che *bottom-up* (Ben-Rafael *et al.* 2006: 14). La comunicazione politica *top-down* si configura come un processo calato dall'alto, promosso direttamente dalle istituzioni o dagli enti governativi. Sono stati rilevati esempi di tale tipo di comunicazione, principalmente nella pubblicazione delle liste elettorali [ID 90958][10] o di informazioni generiche sulle elezioni indette [ID 91188; ID 91300]. Ai fini del presente contributo risultano un'interessante fonte di informazioni soprattutto i primi, poiché riportano la suddivisione dei candidati per la loro dichiarazione di appartenenza linguistica al gruppo dei parlanti tedeschi, italiani o ladini. Infatti, questa appartenenza è resa pubblica nelle liste elettorali, congiuntamente ai dati anagrafici dei candidati e delle candidate.

La comunicazione *bottom-up*, al contrario, si realizza principalmente su due piani (Seargeant *et al.* 2023: 1): da un lato, ci sono i politici e i partiti che, per mobilitare il consenso elettorale, avanzano proposte, esprimono promesse e

[9] È stata cioè effettuata una selezione dalle 22 tassonomie presenti di default sulla APP *Lingscape*. Per una descrizione completa cfr. Palermo (2022: 101-108).

[10] Le fotografie dei segni descritti in questo contributo sono liberamente accessibili sul sito dell'APP *Lingscape*. Inserendo il nome del progetto e ricercando con l'apposita funzione l'ID indicato, sarà possibile visualizzare automaticamente tutte le occorrenze che documentano la specifica tipologia di manifesti rilevati.

delineano programmi. Dall'altro, troviamo le azioni comunicative messe in atto da attivisti, manifestanti e media indipendenti, che utilizzano il linguaggio per commentare, criticare e, talvolta, opporsi alle narrazioni ufficiali o ai messaggi dei partiti.

Il presente lavoro si concentra soltanto sulla prima delle due tipologie *bottom-up*[11].

3. Le elezioni amministrative 2023

Nella competizione elettorale della provincia autonoma di Bolzano sono state registrate sedici liste, per un totale di 488 candidati (59,6%) e candidate (40,4%)[12]. Particolare rilievo assume la distribuzione delle candidature rispetto alla dichiarazione di appartenenza linguistica[13] ai gruppi dei parlanti tedeschi, italiani e ladini. L'analisi evidenzia una distribuzione linguisticamente equilibrata tra i candidati appartenenti ai gruppi italiano e tedesco, con una lieve predominanza dei parlanti di lingua tedesca (51,8% vs. 46,5%). Al contrario, la rappresentanza ladina risulta significativamente ridotta (1,6%).

Un altro dato rimarchevole riguarda l'affluenza alle urne, che ha raggiunto con il 71,5% un livello decisamente elevato se confrontato con le elezioni regionali dello stesso periodo in altre regioni italiane, dove la partecipazione si è aggirata intorno al 50% o addirittura al di sotto di questa soglia. Questo risultato evidenzia il forte impegno civico della popolazione della provincia autonoma di Bolzano, che dimostra una partecipazione attiva e consapevole alla vita politica[14].

[11] Rispetto a questa, è interessante notare come il piano della persuasione partitica, apparentemente riconducibile a una logica *top-down*, sia in realtà più complesso. Infatti, anche i partiti politici consolidati – inclusi quelli al governo da anni – adottano spesso un linguaggio retorico che li pone in una posizione di 'difensori del popolo' contro presunte élite opposte (delle quali essi stessi però di fatto fanno parte).

[12] Per questi e i successivi dati relativi alle provinciali altoatesine del 2023 cfr. <https://landtagswahlen.provinz.bz.it/ de/info.html> [30.01.2025].

[13] Cfr. <https://www.regione.taa.it/ocmultibinary/download/4674/160188/29/ce3e62162df647225a3471775438775c.pdf/ file/dpr_1976_752_st.pdf> [30.01.2025].

[14] Per un approfondimento politologico delle elezioni regionali dell'Alto Adige/*Südtirol* si rimanda al dettagliato studio di Atz/Pallaver (2024).

3.1. I partiti nelle elezioni amministrative 2023[15]

3.1.1. JWA Wirth Anderlan

Un caso emblematico è rappresentato dalla Lista JWA *Wirth Anderlan*, composta esclusivamente da candidature germanofone. Questa lista ha adottato un approccio provocatorio: concentrandosi principalmente su una campagna porta a porta e online, ha scelto deliberatamente di rinunciare totalmente ai manifesti elettorali. Durante una conferenza stampa, il suo portavoce, Jürgen Wirth Anderlan, utilizzando una tela poggiata su un cavalletto anziché un manifesto stampato, ha dichiarato di essere *gegen Wahlplakate*, ovvero contrario ai manifesti elettorali[16]. Di conseguenza, durante il rilevamento sul campo, gli spazi di affissione riservati al partito sono risultati vuoti [ID 91216]. Questo particolare approccio richiama alla mente quanto affermato da Seargeant *et al.* (2023: 21), secondo cui il significato di un segno non è mai isolato, ma è sempre influenzato dalla sua collocazione nel mondo fisico. Questo concetto di *emplacement* definisce il ruolo cruciale della posizione fisica di un segno nel contribuire all'interpretazione del suo significato.

3.1.2. Die Freiheitlichen

Die Freiheitlichen si presenta con una lista elettorale composta unicamente da candidature germanofone. La lista, in coerenza con la sua composizione, utilizza nei propri manifesti elettorali una *Linguality* monolingue tedesca. Sono state individuate due tipologie di manifesti che, sia a livello grafico (colori e font) che concettuale (slogan), risultano interdipendenti. Entrambe si caratterizzano per una *Composition* che include testo (*text*) e logo (*image+text*), ma sono escluse immagini dei candidati o altre immagini illustrative (*image*).

Il primo dei due manifesti reca lo slogan in caratteri cubitali: *DAMIT/*[17]*SIE NICHT/GLEICH/ WEITER-/MACHEN/KÖNNEN!*[18] [ID 91553].

[15] L'ordine di presentazione dei partiti segue il criterio della composizione linguistica delle liste elettorali. Si parte da quelle composte esclusivamente da candidature di lingua tedesca, per poi procedere progressivamente con quelle in cui la presenza di candidati germanofoni diminuisce, lasciando spazio a candidati e candidate di lingua italiana e, nei pochi casi presenti, ladina.

[16] <https://www.unsertirol24.com/2023/09/20/das-kunstwerk-von-jwa/> [25.01.2025].

[17] Nella riproduzione di questo e di tutti gli esempi a seguire, si è scelto di inserire una barra obliqua in corrispondenza dell'andata a capo nel testo.

[18] Qui e in seguito, quando non indicata in nota, la traduzione è discussa nel testo. Tutte le traduzioni sono ad opera degli autori.



Il testo presenta un'ambiguità poiché l'aggettivo in funzione avverbiale *gleich* è interpretabile qui sia come temporale ('subito'), sia come modale ('in maniera uguale'). La frase può dunque essere interpretata contestualmente come un invito a votare il partito 'affinché [gli altri] non possano riprendere subito il loro operato' ma anche 'affinché non possano continuare a operare nella stessa maniera'.

In basso a sinistra, con font più piccolo, il motto: SÜDTIROL/KANN'S/BESSER[19]. Quest'ultima porzione di testo sul manifesto si caratterizza per la mancanza di segni di interpunzione e per il ricorso all'aferesi del pronome neutro *es,* tipica della lingua parlata (*kann's*). Questa affermazione, insieme al logo di partito posizionato alla sua destra, è presente anche nella parte bassa nel secondo manifesto del partito che è posizionato sempre sotto il primo e lo completa sia concettualmente che graficamente: **DEINE**/HEIMAT./**DEIN** GELD./**DEINE**/ZUKUNFT[20] [ID 90976].

In questo testo il grassetto caratterizza soltanto l'aggettivo possessivo *deine/dein* (tua/tuo), mentre sono in sottile quelle che potrebbero essere interpretate come *Hochwörter,* ovvero parole con valore programmatico per il partito[21]: *Heimat* (patria)*, Geld* (denaro) e *Zukunft* (futuro). Più in basso, con font più piccolo e di colore giallo: ES LIEGT AN DIR![22].

Interessante l'uso dei deittici che colloca il partito in una posizione apparentemente *super partes*. Nel primo manifesto, infatti, si punta il dito contro 'loro' (*Sie*), adottando un approccio tipico della comunicazione politica di stampo populista, che identifica un nemico nella classe politica (Gannuscio 2019: 47). Nel secondo manifesto, anziché enfatizzare un 'noi', il partito sceglie di rivolgersi direttamente all'elettore utilizzando la seconda persona singolare. Lo slogan finale, *Südtirol kann's besser*, attraverso la personificazione della Regione, non chiarisce esplicitamente il posizionamento del partito all'interno di questo discorso. Anche la chiosa finale del secondo manifesto *Es liegt an dir!* sembra lasciare tutta la responsabilità all'elettore, tenendo il partito fuori dall'ambito delle responsabilità.

[19] L'Alto Adige sa fare meglio
[20] La tua patria. Il tuo denaro. Il tuo futuro.
[21] Cfr. fra gli altri Schröter (2011: 251); Niehr (2014: 70-71); Grinth (2015: 61-62); Klein (2017: 675).
[22] Dipende da te!

3.1.3. STF Südtiroler Freiheit

Südtiroler Freiheit (STF) presenta una lista elettorale composta unicamente da candidature germanofone. Coerentemente i manifesti elettorali mostrano una *Linguality* monolingue tedesca. Sono state rilevate due tipologie di manifesti, ognuna delle quali presenta un diverso approccio comunicativo. Il manifesto più diffuso [ID 91152] presenta nella parte alta la foto del candidato di punta, accanto al suo nome, Sven Knoll. Il ruolo del politico viene reso evidente dalla scritta: *UNSER/LANDESHAUPTMANN-/KANDIDAT*[23]. Sullo sfondo ben riconoscibili le Tre Cime di Lavaredo con a destra la bandiera del Tirolo e il logo di partito. Al centro del manifesto campeggia la scritta a caratteri cubitali: *MEHR/FREIHEIT!*[24]

Il tipo di libertà che si intende non viene specificato, ma è facilmente intuibile dal *setting* della fotografia e dai colori del manifesto che hanno come tonalità dominante il rosso e il bianco, colori non solo della bandiera austriaca del Tirolo ma anche del *Südtirol*. Sotto lo slogan, in caratteri più piccoli: *Es liegt an Deiner Stimme*[25]. Dal 'nostro' usato per la presentazione del candidato di punta, si ha uno spostamento di deissi, rivolgendosi direttamente all'elettore.

La parte inferiore del manifesto varia a seconda della zona di affissione, con differenze nelle foto e nel numero di candidati presenti (due o tre). In linea con il concept del manifesto alcuni candidati indossano abiti tradizionali altoatesini [ID 91204].



Di tono decisamente diverso la seconda tipologia di manifesto [ID 91237]. Su questo è raffigurato un uomo dalla pelle nera con un coltello in mano. Alle sue spalle, una donna dalla pelle bianca accovacciata, impaurita, si copre il volto. I tre slogan presenti sul manifesto *KRIMINELLE/AUSLÄNDER/ABSCHIEBEN!*[26]; *Einwanderungsstopp!*[27] e *Süd-Tirol wieder/sicher machen!*[28], collegati all'immagine descritta risultano di facile interpretazione: l'immigrazione rappresenta una minaccia per le 'nostre donne' e gli stranieri che hanno un colore di pelle diversa sono dei criminali.

[23] Il nostro candidato a governatore
[24] Più libertà!
[25] Dipende dal tuo voto
[26] Espellere i criminali stranieri
[27] Stop all'immigrazione!
[28] Rendere di nuovo sicuro l'Alto Adige!

Il manifesto appena apparso ha suscitato un'ondata di indignazione nell'opinione pubblica che ha avuto una ripercussione diretta nel LL: dei quattro esemplari rilevati solo uno è integro [ID 91442], mentre gli altri tre sono stati strappati.

3.1.4. SVP Südtiroler Volkspartei

La *Südtiroler Volkspartei* (SVP), partito di maggioranza nel parlamento altoatesino in tutte le legislature dal 1948 al 2023[29], ha presentato nell'ultima tornata elettorale una lista composta quasi esclusivamente da candidature germanofone. Fra i suoi candidati figurano anche due rappresentanti ladini. Tuttavia, nei manifesti elettorali la SVP si è avvalsa esclusivamente della lingua tedesca. Sono state individuate due tipologie di manifesti sempre affissi insieme.



La prima presenta una classica *Composition* [ID 91395] in cui domina nella parte superiore la fotografia del candidato di punta. Sovraimpresso alla sua figura il testo: *Ich bitte um/eure Stimme für/die Südtiroler/Volkspartei*[30]. Segue poi il logo del partito con una X rossa a simboleggiare il voto; in basso le foto dei rimanenti 34 candidati e candidate. Completa il manifesto l'indicazione: *Landtagswahl am 22. Oktober 2023*[31]. Un uso informale dei pronomi personali crea un senso di familiarità, rafforzato dall'assenza dei nomi del candidato di punta e degli altri candidati.



Il secondo manifesto presenta soltanto una componente testuale, il logo del partito e il rimando alla tornata elettorale [ID 91417]. Lo slogan che campeggia su questo manifesto è: *Südtirol muss regierbar bleiben.*[32]. Il testo esprime implicitamente il timore che le elezioni regionali possano mettere in discussione i rapporti di maggioranza nel parlamento altoatesino. La SVP si presenta come garante di una governabilità della Regione e l'uso del verbo modale *müssen*' sottolinea proprio questo.

[29] Cfr. <https://www.landtag-bz.org/de/ergebnisse-der-landtagswahlen-seit-1948> [05.02.2025].
[30] Chiedo il vostro voto per la Südtiroler Volkspartei
[31] Elezione provinciale del 22 ottobre 2023
[32] L'Alto Adige deve restare governabile

3.1.5. Für Südtirol mit Widmann

Für Südtirol mit Widmann ha presentato una lista elettorale composta da candidature germanofone, ad eccezione di due candidature italiane e due ladine. Ciò nonostante, i manifesti rilevati non presentano alcuna traccia né dell'italiano né del ladino. Sono state individuate due tipologie di manifesti, che si trovano sempre in coppia. Il primo è collocato nella parte superiore dello spazio di affissione e presenta una composizione visiva caratterizzata principalmente da fotografie, affiancate dal logo del partito e da elementi testuali [ID 90986]. Il messaggio si articola attorno allo slogan di una sola parola, *MACHEN*![33], accompagnato dai nomi dei candidati e delle candidate, con l'indicazione della loro professione. Questa scelta rafforza il concetto del fare, suggerendo che i candidati e le candidate siano professionisti e lavoratori. Oltre al bianco e al nero il colore predominante è una sfumatura di rosa che ricorda il colore delle Dolomiti[34]. Il secondo manifesto è costituito unicamente da testo e dal logo che ne riempie tutta la parte [ID 90972]. Un'altra componente grafica è una rappresentazione di parte di una scheda elettorale in cui si vede il logo del partito segnato con una croce e la lista delle quattro preferenze. La parte testuale principale è la scritta: *FÜR SÜDTIROL*[35] Sotto il logo troviamo poi un testo più discorsivo: *BEI DER LANDTAGSWAHL/AM 22. OKTOBER 2023 IHRE/VIER VORZUGSSTIMMEN,/DAMIT ENDLICH WIEDER/ETWAS WEITERGEHT:/ KLUG ENTSCHEIDEN – KONKRET HANDELN*[36].

Il partito, rivolgendosi all'elettorato con la forma di cortesia, invita alla scelta consapevole e intelligente e a un'azione concreta. Completa il manifesto il testo *Unser Fahrplan für Südtirol*[37] che affianca un QR-Code che rimanda al programma del partito.

3.1.6. Enzian

La lista elettorale *Enzian* è composta da 18 candidature di lingua tedesca e 5 di lingua italiana ed è il primo partito in cui si rileva una comunicazione bilingue tedesco/italiano. Sebbene i manifesti elettorali presentino alcune varianti legate

[33] Fare!

[34] Sull'utilizzo del colore per esprimere la modalità cfr. Scollon/Scollon (2003: 90); Kress/van Leuwen (2006:159-163).

[35] Per l'Alto Adige

[36] Alle elezioni provinciali del 22 ottobre 2023, date le vostre quattro preferenze affinché finalmente si possa andare avanti: decidere con saggezza – agire concretamente.

[37] La nostra tabella di marcia per l'Alto Adige

ai candidati raffigurati [ID 91150], tutti possono essere ricondotti a un unico modello grafico che è caratterizzato dalla presenza del logo in alto, affiancato dal motto elettorale in tedesco (a sinistra del logo): *Ehrliche/Politik für die/Menschen* e in italiano (alla sua destra): *Una politica/sincera/per i cittadini*. Sotto il logo, compaiono le foto di una selezione di sei candidati e candidate con i loro rispettivi nomi. Nella parte inferiore del manifesto, dopo l'indirizzo web del partito, è riportato lo slogan elettorale, prima in tedesco e poi in italiano: *Deine Zukunft/in deinen Händen!/Il tuo futuro nelle/tue mani!*

La *Dominance* del tedesco nelle parti testuali si realizza attraverso il posizionamento del testo e mediante le scelte tipografiche adottate (Kress/van Leuwen 2006: 209). Nel dettaglio: il motto in tedesco è collocato a sinistra, garantendogli una priorità di lettura. Coerentemente, lo slogan in tedesco è posizionato sopra quello in italiano, rafforzandone la visibilità (*position*)*;* il motto italiano è scritto in un colore più tenue, risultando quindi meno evidente sullo sfondo chiaro (*color*)*;* il testo in tedesco è in grassetto, mentre quello in italiano è in tondo, conferendo maggiore risalto visivo al primo (*size*).

Lo slogan in entrambe le lingue si rivolge all'elettorato con la seconda persona singolare, adottando un tono familiare, creando un coinvolgimento personale e suggerendo che il futuro dipenda dalle scelte del singolo e che sia quindi lui ad avere il controllo. Da parte sua il partito evita l'uso di un pronome di prima persona, mantenendo una certa distanza comunicativa. Nel motto 'una politica sincera per i cittadini', si ricorre a una forma impersonale che può esprimere l'impegno del partito, ma anche semplicemente un auspicio su come la politica dovrebbe agire.

Interessante a proposito del motto le differenze tra il tedesco e l'italiano. Il testo tedesco presenta l'aggettivo *ehrlich* che può essere letto con diverse accezioni[38], tutte pertinenti al contesto in cui è utilizzato sul manifesto:

- onesto: integro moralmente e corretto (*ein ehrlicher Politiker/un politico onesto*);
- sincero: trasparente e autentico nei sentimenti o nelle parole (*eine ehrliche Meinung/un'opinione sincera*);
- irreprensibile/leale: fedele nei rapporti interpersonali (*ein ehrlicher Freund/* un amico leale).

Nel contesto in cui si trova, la prima accezione è probabilmente la più pertinente. Tuttavia, il testo italiano ha optato per la seconda, traducendo con 'politica since-

[38] Cfr. <https://www.dwds.de/wb/ehrlich> [31.01.2025].

ra' e perdendo così il riferimento all'onestà[39] che nel testo tedesco sembra essere invece la chiave di lettura principale. Un altro aspetto che merita attenzione è che nel motto tedesco si esprime l'auspicio *für die Menschen* (per le persone), mentre in italiano si opta per *per i cittadini*. Questa differenza lessicale conferisce al testo tedesco un tono più inclusivo e meno distanziante rispetto alla versione italiana.

3.1.7. Team K

La lista elettorale del *Team K* è costituita per oltre due terzi da candidature germanofone, nove italiane e una ladina. In coerenza con la composizione mista della lista, la comunicazione elettorale nel suo complesso è bilingue tedesco-italiano. Tuttavia il LL rilevato ha mostrato una ricca varietà di tipologie di manifesti per il *Team K*, fra le quali molto diffusa è quella composta dalla foto di due/tre candidati col nome e con il logo del partito [ID 91482]. Pur in assenza di altri elementi testuali, questo manifesto può essere considerato un caso di *Linguality* monolingue tedesco, perché la data in tedesco si esprime coi numeri cardinali e prevede dunque il punto dopo il numerale "22.10.". Monolingue tedesca è anche la seconda tipologia di manifesti rilevata la cui *Composition* presenta una foto a tutto campo [ID 91230]. Non è presente il logo di partito, ma ci sono i nomi dei candidati e delle candidate con la loro professione. In alto campeggia lo slogan che troveremo anche in altri manifesti: *FÜR DEIN SÜDTIROL*[40]. Questa slogan crea un'interessante opposizione con l'hashtag posto in basso al manifesto: #MEINSÜDTIROL[41]. Si fa dunque ricorso sia alla seconda, che alla prima persona singolare dell'aggettivo possessivo. A completare vi è un elemento grafico costituito da un cerchio con una crocetta sopra per simboleggiare il voto. Di questa tipologia esiste una variante con *Linguality* bilingue, per la presenza di un unico candidato di lingua italiana la cui professione è scritta in italiano [ID 91303]. La *Linguality* bilingue caratterizza anche l'ultima categoria di manifesti, che presentano in aggiunta il seguente testo: *FÜR DEIN* SÜDTIROL/ *UN ALTO ADIGE PER TE*/#MEINSÜDTIROL/#ILMIOALTOADIGE [ID 91137], con *Dominance* del tedesco per *positioning* e *size*. La versione tedesca dello slogan recita letteralmente 'Per il tuo Alto Adige', enfatizza un legame personale e un'azione a favore di un Alto Adige che il destinatario può già sentire come proprio. Il testo italiano suggerisce un'offerta o una visione inclusiva, come se l'Alto Adige fosse un regalo o un progetto pensato appositamente per l'elettore.

[39] Cfr. <https://www.treccani.it/vocabolario/sincero/> [31.01.2025].
[40] Per il tuo Alto Adige
[41] Il mio Alto Adige

3.1.8. Verdi-Grüne-Vërc



I *Verdi* hanno presentato ventidue candidature tedesche, undici italiane e due ladine. Questo plurilinguismo delle candidature si rispecchia nell'unica tipologia di manifesto elettorale rilevata, che ha una *Linguality* trilingue[42] [ID 91518].

La comunicazione avviene rispettivamente in tedesco (in posizione dominante), italiano e ladino: *Deine Zukunft./Per te./Vërt fej.* Pur non essendo l'unico partito con candidature ladine, i Verdi sono il primo partito fra quelli sinora visti a utilizzare il ladino nella comunicazione. Questa scelta non va ricondotta all'area geografica di affissione, giacchè nessuno dei cinque comuni in cui sono stati raccolti i dati di LL-Politics_Südtirol si trova in un'area linguistica ladina.

Se l'italiano e il ladino presentano un caso di *duplicating*, riproponendo lo stesso slogan, per il tedesco è stato scelto uno slogan diverso che ricorre alla parola *Zukunft* ovvero 'futuro' e dunque una parola programmatica per il partito ecologista. Tanto più stupisce la sua mancanza nell'italiano e nel ladino. Tutte e tre le lingue utilizzano il pronome di seconda persona singolare *deine/te/fej*. Va infine rilevato anche l'utilizzo del colore, altro tipico aspetto della modalità (Scollon/Scollon 2003: 90-91): il manifesto dei Verdi presenta tre colori con una prevalenza del verde, che fa da sfondo a tutta la parte centrale e inferiore del manifesto, sul bianco nella parte superiore in cui si rilevano le scritte viola dello slogan trilingue e il logo anch'esso verde e bianco.

3.1.9. Vita

Vita ha presentato una lista costituita da nove candidature tedesche e sette italiane. Non sono presenti rappresentanti di lingua ladina. In coerenza con la composizione bilingue, anche la comunicazione elettorale del partito si presenta costantemente in forma bilingue con una tassonomia di *Distribution* che è sempre ascrivibile alla categoria del *duplicating*. All'apparenza i testi in tedesco e in italiano sono speculari e il tedesco è in posizione di *Dominance* sull'italiano unicamente per la posizione.

[42] Qui e altrove abbiamo escluso nella definizione delle tassonomie i loghi in quanto 'image-text'. Se ne avessimo tenuto conto in questo caso avremmo avuto per esempio un quadrilinguismo vista la presenza dell'inglese nel logo.

L'unica tipologia di manifesto cartaceo rilevata [ID 90969] presenta una classica *Composition*: nella parte superiore campeggia il mezzo busto della capolista; nella parte inferiore, il logo del partito e la seguente parte testuale:

> *RA/AVV. DDR. RENATE HOLZEISEN*[43]
> *Spitzenkandidatin von VITA für die Wahl zum Südtiroler Landtag*
> *Capolista di Vita per le elezioni al Consiglio Provinciale del Sudtirolo*

Interessante e forse programmatica la scelta di usare il toponimo *Sudtirolo* invece della denominazione ufficiale *Alto Adige*. Le altre parti testuali del manifesto sono:

> *Am 22.* Oktober *mach/DEIN Kreuz auf das VITA-Symbol/Il 22 Ottobre*[44] *metti la TUA/crocetta sul simbolo di VITA*
> *FÜR EINE MENSCHENWÜRDIGE ZUKUNFT/DU ENTSCHEIDEST!*
> *PER UN FUTURO A DIMENSIONE UMANA/A TE LA SCELTA!*

I testi anche in questo caso sembrerebbero speculari. Il pronome utilizzato è in entrambi i casi la seconda persona singolare, evidenziata con la scrittura maiuscola. Una lettura più attenta mostra una differenza semantica dell'attributo a *Zukunft*/'futuro': in tedesco il futuro si auspica che sia *menschenwürdig,* ovvero 'rispettoso della dignità umana', in italiano si invoca un futuro che sia 'a dimensione umana'. La differenza di significato non è di poco conto: 'rispettoso della dignità umana' esprime un giudizio etico o morale, indicando il rispetto per i diritti fondamentali e la dignità delle persone. È dunque un'espressione adatta a descrivere condizioni che garantiscano rispetto e umanità. 'Dimensione umana', di contro, è un'espressione più generica, che si riferisce all'esperienza umana in senso ampio e non implica necessariamente un giudizio etico.

La campagna elettorale di *Vita* ha sfruttato non solo il tradizionale mezzo cartaceo del manifesto, ma la sua presenza è stata rilevata su diversi *display panel*.

[43] La combinazione di acronimi tedeschi RA e DDR, intervallati dalla sigla italiana AVV., potrebbe risultare di non facile comprensione. La barra obliqua suggerisce che RA (*Rechtsanwalt*) sia l'equivalente tedesco di avvocato, mentre l'abbreviazione DDR (*Doktor der Rechte*) designa un dottorato in giurisprudenza. Questo titolo è utilizzato nei paesi germanofoni, ma non è di uso comune in Italia. Manca qui quel *duplicating* che si riscontra nella parte restante del testo.

[44] L'uso errato della maiuscola nell'indicazione del mese può essere interpretato come effetto transfer dal tedesco.

3.1.10. Lega SALVINI ALTO ADIGE SÜDTIROL – UNITI PER L'ALTO ADIGE

La *Lega* è la lista a prevalenza italofona che ha schierato il numero maggiore di candidature di lingua tedesca e fra questi e tra l'altro l'unico ad aver candidato anche un esponente ladino. Coerentemente la comunicazione elettorale è stata quasi interamente bilingue: tutti i manifesti elettorali presentano, oltre all'italiano, anche il tedesco, mentre in nessun caso è stato riscontrato il ladino.

Sono state rilevate diverse tipologie di manifesti nel LL. Quella più diffusa ha la *Composition* classica col mezzo busto del segretario federale Matteo Salvini[45] circondato da elementi testuali e dal logo del partito [ID 91566]. Gli elementi testuali hanno tutti una riscrittura di tipo *duplicating*. Nella parte superiore si leggono le indicazioni dell'evento: *ELEZIONI PROVINCIALI/LANDESTAGSWAHLEN; DOMENICA-SONNTAG 22/10/2023*

Già da qui si evince che la *Dominance* è sull'italiano, confermata anche dalla resa grafica della data con una barra obliqua come segno divisorio tra giorno, mese e anno. Nel tedesco è rilevato anche un errore: il termine **Landestagwahlen* viene utilizzato infatti erroneamente al posto del corretto *Landtagswahlen*.



Un ulteriore elemento testuale presente è il rimando al programma elettorale consultabile sul sito: *SCOPRI L'INTERO PROGRAMMA/HIER UNSER WAHLPROGRAMM/WWW/LEGA2023/COM*

Entrambe le frasi hanno la stessa funzione informativa che rimanda ai contenuti del programma elettorale, pur non dicendo esattamente la stessa cosa. Nell'italiano la presenza dell'aggettivo 'intero' lascia sottintendere che l'elettore conosca per linee generali il programma della *Lega,* rimandando all sito dedicato per un approfondimento. Il testo tedesco invece è un invito più generico ad andare a leggere *unser* (il nostro) programma. Anche in questo caso la *Dominance* dell'italiano è data unicamente dalla posizione, diversamente da quanto accade per lo slogan che completa il manifesto, in cui entrano in gioco anche le categorie *size, typeface* e *color*: *L'IMPEGNO CONTINUA./UNSER*

[45] Salvini è il primo esempio di presenza di un esponente politico non candidato alle elezioni in questione.

AUFTRAG, UNSER VERSPRECHEN[46]. Ci troviamo qui di fronte a una riscrittura *complementary,* poiché le due frasi esprimono concetti diversi che possono esistere in modo complementare. La frase italiana, breve e diretta, enfatizza la continuità di un impegno già preso, sottintendendo una responsabilità in corso. La frase tedesca più articolata, ha una struttura più formale e richiama un senso di responsabilità maggiore, sottolineando sia il mandato (*Auftrag*) che la promessa fatta (*Versprechen*).

Un'ulteriore tipologia di manifesti non presenta volti o nomi di candidati ma mostra il logo del partito posizionato alla fine di un elenco di punti programmatici, ciascuno accompagnato da semplici icone disegnate [ID 91599]: PRIMA GLI ALTOATESINI/DIE SÜDTIROLER ZUERST; CARO VITA/TEURES LEBEN; SICUREZZA/SICHERHEIT; GIOVANI E ANZIANI/JUGENDLICHE UND SENIOREN.



Anche in questo caso ci troviamo di fronte a un *duplicating* con probabile italiano come lingua di partenza ma con traduzioni errate come nel caso di 'caro vita' tradotto con 'teures Leben' (vita cara) invece di *hohe Lebenshaltungskosten.* In uno dei manifesti di quest'ultima tipologia [ID 91599] si registra, fra l'altro, anche un caso di "schriftliche Dialogizität" (Schmidtz/Ziegler 2016: 9-10), in cui un singolo dialoga attraverso segni 'trasgressivi'[47], cioè non legittimati pubblicamente, con l'autore del segno: accanto alla scritta PRIMA GLI ALTOATESINI è stata aggiunta con un pennarello nero la domanda ironica: "Ma non erano gli italiani e i padani?".

3.1.11. Forza Italia

Forza Italia ha presentato alle elezioni provinciali dell'Alto Adige una lista composta per l'80% da candidature italofone. La comunicazione è avvenuta quasi esclusivamente in lingua italiana, infatti, durante il rilevamento sul territorio, sono state individuate solo due copie di un manifesto monolingue[48] tedesco [ID 90967]. Queste sono la versione tradotta di una tipologia di manifesto monolingue italiano [ID 91136]. Sia la versione tedesca, sia quella italiana presentano uno sfondo con bandiere del partito che richiamano il tricolore; nella parte superiore è riportata la data

[46] Il nostro mandato, la nostra promessa
[47] Per la definizione di 'trasgressivo' nel LL si rimanda a Scollon/Scollon (2003: 167).
[48] Escludendo il logo (cfr. nota 40).

delle elezioni; al centro compaiono il logo del partito e, tra virgolette, una citazione di Silvio Berlusconi, accompagnata in esergo dalla riproduzione della sua firma:

DOMENICA 22 OTTOBRE/CHI CI CREDE/COMBATTE/CHI CI CREDE/SUPERA TUTTI GLI OSTACOLI/CHI CI CREDE/**VINCE**

SONNTAG, 22. OKTOBER/WER DARAN GLAUBT,/KÄMPFT./WER DARAN GLAUBT,/ÜBERWINDET ALLE HINDERNISSE./WER DARAN GLAUBT,/**GEWINNT**



La traduzione delle parole di Berlusconi è fedele all'originale conservando la figura retorica della ripetizione e, grazie alla presenza della punteggiatura – assente peraltro nel manifesto in italiano –, risulta anche più chiara e leggibile. A eccezione di questa differenza, i manifesti sono speculari, utilizzando gli stessi caratteri tipografici ed evidenziando in grassetto la medesima parola in entrambe le lingue.

Le parole di Berlusconi hanno ispirato anche lo slogan di un'ulteriore tipologia di manifesti, che non ha mancato di suscitare polemiche. Questi presentano la classica struttura dei materiali elettorali, con l'immagine di un candidato [ID 91134], accompagnata dal rispettivo nome, dal logo del partito e da un testo descrittivo che invita esplicitamente al voto:

> CERCA E METTI UNA CROCE SUL SIMBOLO DI FORZA ITALIA SCRIVI [NOME DEL CANDIDATO] NELLO SPAZIO DELLE PREFERENZE

A dominare la parte superiore del manifesto è l'asindeto:

> CREDERE./COMBATTERE./VINCERE.

La controversia nasce dal fatto che questa formulazione richiama inequivocabilmente il noto precetto fascista "Credere, obbedire, combattere"[49] (cfr. Galli 2021), generando un acceso dibattito sull'opportunità della scelta comunicativa (cfr. fra gli altri Marcon 2023; ANSA 2023).

[49] Art. 4 dello Statuto del Partito Nazionale Fascista: *Il Fascista comprende la vita come dovere, elevazione, conquista e deve avere sempre presente il comandamento del Duce: "Credere, Obbedire, Combattere"* (<https://www.treccani.it/enciclopedia/fascismo_res-597f3c63-8b74-11dc-8e9d-0016357eee51_>(Enciclopedia-Italiana) [12.01.2025].

3.1.12. Movimento 5 Stelle

Il *Movimento 5 Stelle* (M5S) ha presentato una lista elettorale composta per l'82,4% da candidature italofone.

Le due tipologie di manifesti elettorali del M5S rilevate presentano entrambe una *Linguality* bilingue italiano-tedesca, con *Dominance* dell'italiano sul tedesco per *positioning*. La dimensione e i colori dei caratteri risultano identici per entrambe le lingue.



La prima tipologia di manifesti [ID 91145] rappresenta una comunicazione di partito che, su uno sfondo con la foto di gruppo di tutti i candidati e le candidate, include elementi testuali, il logo del partito e un QR-Code che rimanda al sito ufficiale. Sebbene l'aspetto grafico possa suggerire a prima vista un caso di *duplicating*, alcune sezioni del manifesto rientrano invece nella categoria dell'*overlapping*.

Un esempio chiaro di *duplicating* è presente nella parte bassa del manifesto:

#UNVOTOSPESOBENE #EINEGUTEWAHL

ELEZIONI PROVINCIALI 22 OTTOBRE - LANDTAGSWAHLEN 22 OKTOBER

Il contenuto è esattamente lo stesso, sebbene si segnali nella data l'assenza del punto dopo il numero della data, previsto dallo standard del tedesco.

Sulla parte centrale del manifesto si leggono i punti programmatici del M5S. Gli slogan italiani e tedeschi presentano alcune corrispondenze dirette, ma anche differenze concettuali che ci portano a parlare di *overlapping*.

> STIPENDI E PENSIONI **DIGNITOSI**/**GERECHTE** GEHÄLTER UND **WÜRDIGE** RENTEN

In italiano, l'aggettivo 'dignitosi' richiama il concetto di rispetto e sufficienza economica, suggerendo che stipendi e pensioni debbano garantire condizioni di vita decorose. In tedesco, invece, *gerechte Gehälter* (stipendi equi) pone l'accento sulla giustizia sociale e l'equità, mentre *würdige Renten* (pensioni dignitose) mantiene un legame con la nozione di dignità, anche se meno frequente rispetto ad alternative come *angemessene Renten*.

> EMERGENZA **CASA**/LEISTBARES **WOHNEN**

L'italiano 'emergenza casa' ha un tono allarmante e sottolinea l'urgenza della situazione di crisi abitativa. Il tedesco *leistbares Wohnen* (abitare a prezzi accessibili) è più neutrale e pragmatico, indicando la necessità di alloggi economicamente sostenibili senza evocare direttamente una crisi.

SANITÀ PUBBLICA EFFICIENTE/DIE **GESUNDHEIT** GEHT VOR

L'italiano enfatizza un aspetto concreto: l'efficienza del sistema sanitario pubblico, sottintendendo la necessità di migliorarne la gestione. Il tedesco *die Gesundheit geht vor* (la salute viene prima) è più generico e trasmette un'idea di priorità, senza fare esplicito riferimento al sistema sanitario pubblico. La versione italiana sembra toccare più aspetti amministrativi, mentre quella tedesca è più evocativa e valoriale.

La seconda tipologia di manifesti mostra la classica composizione del poster elettorale col l'immagine del politico a mezzo busto, con il logo al suo fianco e il nome nel sottopancia [ID 90960]. Anche questo manifesto reca gli hashtag e l'indicazione della data della tornata elettorale. Gli slogan recitano:



TU HAI IL POTERE DI CAMBIARE/VOTACI!

IN **DEINER STIMME** LIEGT/DIE VERÄNDERUNG GEH ZUR WAHL!

Gli slogan presentano una struttura simile, ma si differenziano in alcuni aspetti significativi. In italiano, la frase è personale, rivolgendosi direttamente al lettore e attribuendogli un ruolo centrale di responsabilità. L'uso dell'imperativo esortativo 'VOTACI!' rafforza questo approccio, invitando all'azione in modo esplicito e concreto. In tedesco, invece, l'espressione è meno diretta e si focalizza sul concetto che il cambiamento risiede nel 'tuo voto', suggerendo un legame simbolico tra il voto dell'individuo e il suo potere di influenzare il cambiamento. Piuttosto che enfatizzare il 'potere' individuale, lo slogan tedesco sottolinea l'idea di responsabilità collettiva. L'imperativo *GEH ZUR WAHL!*[50] riflette la stessa idea di responsabilità collettiva, invitando non solo ad agire, ma a esercitare il proprio diritto e dovere civico. Tuttavia, a differenza dell'italiano, non si fa un esplicito riferimento al voto per il M5S, ma si concentra su una generica partecipazione alle elezioni, mantenendo una neutralità del messaggio.

[50] Vai a votare!

3.1.13. PD Partito Democratico

La lista elettorale del *Partito Democratico* (PD) è caratterizzata da una netta prevalenza di candidature italofone: su un totale di 35 candidate e candidati solo sei sono di lingua tedesca e nessuno di lingua ladina. Ciò nonostante, il partito democratico è l'unica forza politica, insieme ai Verdi, ad avere optato per una comunicazione trilingue (italiano, tedesco, ladino) che, nel caso del PD, è affiancata dalla più diffusa bilingue italiano-tedesco.



La prima tipologia di manifesti è composta esclusivamente da elementi testuali con il logo posizionato al centro della parte superiore [ID 91572]. Il testo trilingue italiano, tedesco e ladino è di tipo *duplicating* IL NOSTRO/TEMPO/UNSERE/ZEIT/NOSC TËMP. Interessante rilevare che il ladino è presente solo in questo testo, ma è assente in tutti gli elementi di contorno del manifesto: dalla scritta *Vota/Wähle* alle indicazioni *Elezioni provinciali/Landtagswahlen* e alla data. Nella parte inferiore a sinistra sono posizionati un QR-Code che rimanda al programma del partito e i simboli social Facebook e Instagram; a destra la data che presenta anche in italiano il punto dopo il numero 22, prototipico per il tedesco, ma non per l'italiano.



La seconda tipologia [ID 91543] presenta nella parte superiore a sinistra il logo e a destra la data, sempre nella forma tedesca; vi è poi una grande immagine centrale comunitaria con tutti i candidati e il seguente testo bilingue LA FORZA/DELLA COMUNITÀ/DIE KRAFT DER/GEMEINSCHAFT, perfetta realizzazione di *duplicating*. In questa seconda tipologia di manifesto il ladino è assente. Nella parte inferiore del poster è presente infine, dopo un QR-Code che rimanda al programma del partito e ai simboli social Facebook e Instagram, l'elenco completo di nomi e cognomi dei 35 candidati. I colori dominanti sono il verde per lo sfondo e il bianco per le scritte.

3.1.14. Centro Destra

La lista elettorale *Centro Destra* ha presentato solo quattro candidati di lingua tedesca su un totale di 35. Nonostante questa rappresentanza germanofona, tutta la comunicazione elettorale rilevata nel LL è stata realizzata esclusivamente in italiano. Tra le varie liste candidate alle elezioni provinciali altoatesine, questa è quella che presenta la maggiore varietà di tipologie di manifesti, che possiamo suddividere in due macrocategorie per garantire una migliore organizzazione e chiarezza espositiva: una relativa alla comunicazione del partito e l'altra focalizzata sulla presentazione dei singoli candidati.

Alla prima categoria appartiene il manifesto da noi maggiormente rilevato sul territorio [ID 91397], che vede unicamente elementi testuali, essendo il logo stesso composto soltanto dalla scritta 'CENTRO DESTRA', senza alcuna caratterizzazione grafica se non un cerchio blu/celeste che lo circoscrive. Intorno al logo si posiziona il seguente testo:

> SANITÀ,/PRIMA I/RESIDENTI/SE SEI DI/**CENTRODESTRA**/VOTA/[LOGO]/IL **TUO**/VOTO UTILE/ELEZIONI PROVINCIALI/22 OTTOBRE 2023.

La stessa *Composition* si ritrova in un altro manifesto [ID 90973], che si differenzia unicamente per lo slogan: le parole *SANITÀ/PRIMA I/RESIDENTI* su sfondo giallo, sono sostituite da *STOP/SBARCHI!* su sfondo rosso. La lista *Centro Destra* fa quindi esplicito uso di tecniche persuasive tipiche della retorica populista, adottando il consueto tema del 'prima noi' e facendo ricorso a toni allarmistici volti a suscitare paura nell'elettorato (cfr. Wodak 2015).

Alla categoria della comunicazione di partito appartiene anche il manifesto che, con il logo e la scritta VINCE/LA SQUADRA presenta tutti i 35 candidati della lista [ID 91247]. Il manifesto enfatizza l'unità del gruppo, suggerendo un messaggio di forza collettiva e di coesione.

Il gruppo di manifesti che si focalizza sulla presentazione di candidati e candidate ha la *Composition* classica con la foto di uno o più candidati, il logo, lo slogan elettorale e la data dell'evento. La costruzione dello slogan ha uno schema ricorrente: nella città X vota un abitante di quella città.

> A MERANO/VOTA UN/**MERANESE** [ID 91168]
>
> A BOLZANO/VOTA UN/**BOLZANINO** [ID 91422]

In linea con le posizioni ideologiche di destra, lo slogan rimane al maschile anche quando si fa campagna elettorale per una donna [cfr. ID 91479]. Nel caso di Bressanone cambia la struttura dello slogan:

> A BRESSANONE VOTA/CHI SI IMPEGNA/PER **BRESSANONE** [ID 91313]

Questa variazione probabilmente è condizionata dall'origine del candidato Angelo Baffo, nato a Gela e, quindi, non brissinese.



3.1.15. La Civica

Come il partito precedente anche *La Civica* ha schierato soltanto 4 candidature di lingua tedesca e ha comunicato esclusivamente in lingua italiana con varie tipologie di manifesti elettorali.

La più diffusa presenta nella parte superiore il testo, al centro il mezzo busto del candidato di punta Angelo Gennaccaro e, nella parte inferiore in posizione centrale il logo del partito [ID 91407]. Altri manifesti presentano la stessa struttura con i mezzi busti di due candidati a rotazione, tra i quali compare anche il volto della capolista [ID 91214]. Un'altra tipologia presenta nella metà superiore del manifesto il logo e lo slogan bicolore e nella parte inferiore un'immagine collettiva con i 35 candidati [ID 91319]. Il testo presente su tutte le tipologie di manifesti è sempre lo stesso slogan: *Costruiamo insieme/il futuro/dell'Alto Adige*. Utilizzando la prima persona plurale, la lista sceglie di focalizzarsi sull'idea di collettività, presentandosi come una parte fondamentale nella costruzione del futuro della Regione. Tuttavia, lo slogan non specifica quali caratteristiche dovrebbe avere questo futuro, lasciando volutamente il concetto aperto a varie interpretazioni. Tutte e tre le tipologie mostrano i colori verde, arancione e blu, che richiamano le formazioni da cui nasce l'aggregazione.

Il partito ricorre anche a forme di pubblicità elettorale dinamica, utilizzando *display* elettronici nelle stazioni ferroviarie [ID 90955] e le 'vele' [ID 90987].

3.1.16. Fratelli d'Italia

Fratelli d'Italia (FdI) è il partito che ha presentato il minor numero di candidature di lingua tedesca, con una lista elettorale composta per il 94,3% da candidate e candidati italofoni. Nonostante questa marcata caratterizzazione, la sua

comunicazione elettorale, come emerge dai manifesti, si presenta in una *Linguality* bilingue italiano-tedesco. FdI si è presentato con cinque tipologie diverse di manifesti elettorali.
In tutte e cinque si può riconoscere la stessa struttura: immagine, testo e logo e bilinguismo italiano-tedesco.



Nella prima tipologia di manifesto, all'immagine presente nella parte superiore del poster del mezzobusto del candidato capolista Marco Galateo con nome e cognome in evidenza corrisponde lo slogan bilingue: 'FORTE, SICURO/ALTO ADIGE/ STARK. SICHER. SÜDTIROL' [ID 91633]. Nella parte inferiore del poster viene poi mostrata una scheda elettorale con il logo del partito e il cognome del candidato. L'uso della forma imperativa 'scrivi-schreibe', è la forma diretta che mira al coinvolgimento individuale dell'elettore.



La seconda tipologia di manifesto vede la presenza di tutti i candidati [ID 91272]. Allo slogan bilingue posizionato nella parte alta del manifesto: 'FORTE E SICURO/IL NOSTRO ALTO ADIGE/STARK und SICHER/unser Südtirol', corrisponde una collettività visiva data dall'immagine del mezzobusto del candidato capolista a cui vengono affiancati i volti degli altri 34 candidati.

La terza tipologia presenta in alto l'immagine della Presidente del partito, Giorgia Meloni[51], in mezzobusto sulla sinistra e un grande logo col suo nome e con il simbolo del partito sulla destra; nella parte inferiore del poster vi è lo slogan: TUTTO/PER L'ALTO ADIGE/**GEMEINSAM** ZUKUNFT GESTALTEN [ID 91144][52].

[51] Anche qui ci troviamo di fronte a un esempio della presenza di foto e nome di un esponente politico non candidato alle elezioni in questione.

[52] Alle tre tipologie descritte vanno aggiunte una quarta, che presenta nella parte superiore il mezzobusto di Meloni insieme ai mezzibusti di altri 3 candidati e nella parte inferiore la scritta: 'FORTE, SICURO ALTO ADIGE /STARK. SICHER. SÜDTIROL' e una quinta, con i mezzi busti di tre candidati nella parte superiore e le stesse scritte nella parte inferiore del poster. Queste due tipologie sono state rilevate solo una volta a Bolzano, rispettivamente su una vela itinerante nella [ID 91465] e nella vetrina di una sede elettorale [ID 91639].

La *Distribution* nei primi due manifesti è un classico caso di *duplicating*. La domanda che sorge, soprattutto in riferimento al primo manifesto, riguarda l'identificazione della lingua di partenza (LP) e di quella di arrivo (LA) del messaggio elettorale. La evidente dominanza grafica dell'italiano, per dimensioni, carattere e posizione, indurrebbe a pensare che l'italiano sia la LP. Si può tuttavia ipotizzare che la LP possa essere invece il tedesco, giacché linguisticamente, con l'allitterazione iniziale nelle tre parole 'STARK. SICHER. SÜDTIROL' e con la punteggiatura, lo slogan funziona meglio. La *Dominance* grafica potrebbe dunque servire a mascherare la dipendenza concettuale dal tedesco. Va rilevata anche una possibile voluta ambiguità nello slogan italiano data dall'assenza di punteggiatura: la coppia di aggettivi 'FORTE e SICURO' si può riferire sia al candidato 'MARCO GALATEO' che a 'ALTO ADIGE' del rigo successivo e, in entrambi i casi, è possibile che ci sia anche un rimando a uno slogan pubblicitario di una nota colla.

Nel terzo manifesto elettorale la *Distribution* è invece di tipo *complementary*: ci troviamo cioè di fronte a due slogan autonomi ('TUTTO/PER L'ALTO ADIGE/GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN') con una evidente *Dominance* grafica per dimensioni, carattere e posizione dell'italiano ma, per la comprensione del manifesto nella sua interezza, bisogna conoscere entrambe le lingue presenti. Nello slogan va rilevato anche l'utilizzo di forme di riferimento al plurale, con il preciso obiettivo di coinvolgere l'elettore: noi che è al contempo un io maiestatico e un noi inclusivo e/o esclusivo (De Santis 2016).

Degna di nota è anche la *Modification* del poster ID 91608: sono presenti sia un *overwriting* (correzione della 'T' iniziale della parola italiana 'TUTTO' con una R) che un commento "Quando c'era lei"). Entrambe le modifiche del testo iniziale si possono descrivere come altri evidenti casi di "schriftliche Dialogizität".

4. Conclusioni

Questo contributo ha analizzato il rapporto tra multilinguismo e politica nel LL dell'Alto Adige/*Südtirol*, valutando se il multilinguismo della provincia autonoma di Bolzano sia stato visibile nel LL delle elezioni provinciali del 2023 e in che misura le strategie comunicative dei partiti abbiano rispecchiato la composizione linguistica delle liste elettorali.

In una regione bilingue e trilingue (in due valli), con liste elettorali che, come abbiamo visto, hanno presentato candidature dei tre gruppi linguistici, ci si sarebbe potuti e dovuti aspettare da un punto di vista istituzionale un multilinguismo o, al massimo, un bilinguismo 'paritario' nella comunicazione elettorale.

Il quadro emerso dalla descrizione dettagliata dei manifesti elettorali presentati dalle liste risulta molto articolato.

Non considerando la Lista JWA che, attraverso la strategia di comunicazione *in absentia,* ha lanciato un messaggio di rottura con le convenzioni e i codici consolidati dei partiti tradizionali, veicolando cioè l'immagine di un partito radicalmente alternativo, fuori dagli schemi e lontano dalle logiche convenzionali della politica tradizionale, le restanti quindici liste hanno fatto precise scelte di comunicazione attraverso i manifesti.

Sette liste – *die Freiheitlichen*, STF, *Für Südtirol mit Widmann* e SVP, *La Civica*, *Centro Destra* e *Forza Italia* – hanno scelto una comunicazione monolingue o in tedesco o in italiano; sei liste – *Enzian, Team K, Vita, Lega,* M5S, FdI – una comunicazione bilingue tedesco-italiano e solo due liste – *I Verdi* e il PD – una comunicazione trilingue in italiano, tedesco e ladino. Il PD l'ha però affiancata a una più diffusa bilingue italiano-tedesco.

Fra le liste che hanno scelto una comunicazione monolingue, le prime quattro hanno scelto il tedesco, in linea con la maggioranza di candidature germanofone, anche se solo per le prime due – *die Freiheitlichen* e STF – vi è una corrispondenza totale fra candidature e comunicazione monolingue; *Für Südtirol mit Widmann* infatti ha presentato due candidature italiane e due ladine e la SVP due candidature ladine. Entrambi i partiti non ne hanno tenuto alcun conto nella comunicazione dei manifesti elettorali rigorosamente solo in tedesco. Va osservato però che la SVP in campagna elettorale è ricorsa anche a *flyer* e volantini solo in lingua italiana.

Tra queste liste con la comunicazione monolingue tedesca è stato evidenziato nel LL elettorale anche l'uso di immagini (la *Tracht*, le Tre Cime di Lavaredo) e di colori tradizionali del paesaggio altoatesino (il rosa dolomitico) dei due partiti regionalisti STF e *Für Südtirol mit Widmann*.

La Civica, *Centro Destra* e *Forza Italia* sono i restanti tre partiti che hanno scelto la comunicazione monolingue, solo in italiano. I primi due lo hanno fatto pur avendo ognuna all'interno delle loro liste quattro candidature germanofone. *Forza Italia,* con un 80% di candidature italofone e l'italiano come unica lingua di comunicazione, ha preparato anche una tipologia di manifesto solo in lingua tedesca (speculare a uno in italiano) con una citazione di Silvio Berlusconi tradotta, ricorrendo cioè alle parole di un capo politico carismatico del passato.

Sei partiti – *Enzian, Team K, Vita, Lega,* M5S, FdI – hanno scelto la comunicazione bilingue tedesco-italiano. In nessun caso però si può parlare di un rapporto paritario fra le due lingue, perché, come abbiamo visto dettagliatamente, tutti gli strumenti a disposizione della comunicazione multilinguistica, multimodale

e semiotica sono stati sapientemente utilizzati per creare di volta in volta una *Dominance* linguistica rispettivamente del tedesco (*Enzian*, *Team K* e *Vita*) e dell'italiano (*Lega,* M5S e *Forza Italia*).

Alla leggera prevalenza di una comunicazione monolingue si affianca dunque una comunicazione bilingue non paritaria. I *Verdi* e il PD rappresentano quindi con la loro comunicazione multilingue una assoluta minoranza.

La polemica nata intorno ad alcuni manifesti (si pensi a quelli di *Südtiroler Freiheit* o a quelli di *Forza Italia*) dimostra quanto il linguaggio politico possa essere carico di significati storici e simbolici, spesso in grado di suscitare reazioni intense e divisioni. L'uso di riferimenti evocativi, intenzionale o meno, sottolinea come la comunicazione elettorale non si limiti a trasmettere un messaggio, ma contribuisca a plasmare l'immaginario collettivo e il dibattito pubblico. In un contesto sensibile come quello altoatesino, dove identità e memoria storica giocano un ruolo cruciale, ogni scelta linguistica può trasformarsi in un punto di frizione, rendendo la campagna elettorale non solo una sfida politica, ma anche culturale.

Bibliografia

Atz, Hermann/Pallaver, Günther (2024), *Zeitenwende. Die Landtagswahlen 2023*. In E. Alber *et al.* (Hg.), *Politika 2024*. Südtiroler Jahrbuch für Politik. Bozen: Raetia, 45-81

Backhaus, Peter (2007), *Linguistic Landscape. A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo,* Clevedon: Multilingual Matters

Ben-Rafael, Eliezer *et al.* (2006), *Linguistic Landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel*. In D. Gorter ed, *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, Clevedon: Multilingual Matters, 7-30

Crestani, Valentina (2019), *Bild-Sprache-Landschaften online: Deutsch und Italienisch im Vergleich*. In R. Calzoni/M. Moroni (a cura di), *Passaggi, transiti e contatti tra lingue e culture: la traduzione e la germanistica italiana*. «Studi germanici – Quaderni dell'AIG», Roma 15, 137-156

Dal Negro, Silvia (2008), *Local Policy Modeling the Linguistic Landscape*. In Shohamy/Gorter (eds.) (2008) 206-218

De Santis, Cristiana (2016), "*Pensiamo, pensavamo e penseremo": strategie di costruzione dell'autorità nel discorso dei nuovi leader*. Firenze: Franco Cesati

Di Pace, Lucia/Pannain, Rossella (2023), *Strategie linguistiche nella campagna elettorale delle politiche 2022. Una focalizzazione sull'impiego dei deittici di persona*. «AION - Annali del Dipartimento di Studi Letterari, Linguistici e Comparati - Sezione Linguistica, N.S.» 12, 201-252

Efing, Christian (2005), *Rhetorik in der Demokratie. Argumentation und Persuasion in politischer (Wahl-)Werbung*. In J. Kilian (Hg.), *Sprache und Politik. Deutsch im demokratischen Staat*. Mannheim: Dudenverlag, 222-240

Galli, Giorgio (2021), *Credere, obbedire, combattere. Storia, politica e ideologia del fascismo italiano dal 1919 ai nostri giorni,* Milano: Rusconi

Gannuscio, Vincenzo (2019), *„Wir sind das (echte) Volk." Sprachliche Ausgrenzungsstrategien der rechtspopulistischen Propaganda der AfD und der Lega Nord*. In J. Schiewe *et al.* (Hg.), *Sprach(kritik)kompetenz als Mittel demokratischer Willensbildung. Sprachliche In- und Exklusionsstrategien als gesellschaftliche Herasusforderung*. Bremen: Hempen, 43-61

Girnth, Heiko (2015), S*prache und Sprachverwendung in der Politik. Eine Einführung in die Linguistische Analyse öffentlich-politischer Kommunikation*. Berlin: de Gruyter «Germanistische Arbeitshefte» 39

Gorter, Durk/Cenoz, Jasone (2024), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Bristol/Jackson: Multilingual Matters

Landry, Rodrigue/Bourhis, Richard Y. (1997), *Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality. An Empirical Study*. «Journal of Language and Social Psychology» 16 (1), 23-49

Klein, Josef (2017), *Parteiprogramme*. In T. Niehr *et al.* (Hg.), *Handbuch Sprache und Politik* Bd. 2, Bremen: Hempen Verlag, 664-686

Kress, Gunther/van Leeuwen, Theo (2006), *Reading Images. The Grammar of Visual Design*, London/New York: Routledge, 2a ed. [1a ed. 1996; 3a ed. 2020]

Marcon, Luca (2023), *La potenza dello slogan*. In: Salto, 30.09.2025 (<www.salto.bz/de/article/30092023/la-potenza-dello-slogan>, ultima consultazione 12.02.2025)

Mazzoleni, Gianpietro/Schulz, Winfried (1999), *"Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy?*, «Political Communication» 16 (3), 247-261

Niehr, Thomas (2014), *Einführung in die Politolinguistik*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht

Palermo, Silvia (2022), *Il paesaggio delle valli: il* Linguistic Landscape *dell'Alto Adige*/Südtirol, Napoli: ESI

Palermo, Silvia/Sgambati, Gabriella (2024), *Il paesaggio linguistico plurilingue e la didattica: il caso dell'Alto Adige/Südtirol*. In C. Flinz/K. Salzmann/P. Giuliano (eds.), *Sviluppo della competenza plurilingue nella didattica delle lingue straniere (DaF/DaZ e italiano LS/L2) nell'era digitale: risorse lessicografiche, corpora e nuove tecnologie*. «Linguistik Online» 126 (2), 125-150

Pappert, Steffen (2017), *Wahlplakate*. In T. Niehr *et al.* (Hg.), *Handbuch Sprache und Politik,* Bremen: Hempen, 607-626

Petkova, Marina (2017), *Linguistic landscapes in der Innerschweiz: Dialekt, Toponyme und heraldische Zeichen als Ausdruck von Raumzugehörigkeit*. «Linguistik online» 85, 6/17.

Plank, Barbara (2006), *Linguistic Landscapes in Bozen-Bolzano: Monolingual and multilingual areas in Bozen-Bolzano*. Retrieved March 10, 2008, <http://www.languagestudies.unibz.it/documents/LinguisticLandscapes_PlanckPPlanck.pdf>

Purschke, Christoph (2017), *(T)Apping the linguistic landscape. Methodological challenges and the scientific potential of acitizen-science approach to the study of social semiotics*. «Linguistic Landscape» 3 (3), 246-266

Purschke, Cristoph (2018), *Sprachliche Vielfalt entdecken mit der Lingscape-App*. «Der Deutschunterricht» 4, 70-75

Reh, Mechthild (2004), *Multilingual writing: a reader-oriented typology – with examples from Lira Municipality (Uganda)*. «International Journal of the Sociology of Language (IJSL)» 170, 1-41

Schröter, Melanie (2011), *Schlagwörter im politischen Diskurs*. «Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes» 58 (3), 249-257

Scollon, Ron/Scollon, Suzie Wong (2003), *Discourses in places: Language in the material world*, London/New York

Seargeant, Philip *et al.* (2023), *Political Activism in the Linguistic Landscape: Or, how to use Public Space as a Medium for Protest*. Bristol, Blue Ridge Summit: Multilingual Matters

Sgambati, Gabriella (2024), *Multimodalità e Linguistic Landscape. Applicazioni alla didattica della lingua tedesca*. «Studi AItLA 18: Contesti, pratiche e risorse della comunicazione multimodale», 225-245

Shohamy, Elana/Gorter, Durk (2008) eds. *Linguistic landscape: expanding the scenery*, London/New York: Routledge

Veronesi, Daniela (2021), *La città di Bolzano tra bilinguismo istituzionale e lingue immigrate: un'indagine esplorativa del paesaggio linguistico*, < www.polyphonie.at> vol. 9,1

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 189-225 | ISSN 1124-3724

Alessandra Zurolo

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

Moving from the historically developed plurilingual roots of Austrian German, based on the ethnic and cultural plurality of the Austrian population, the study presented in this paper aims to identify the languages and varieties that characterise the Linguistic Landscape of Vienna today: As the political and cultural heart of the country, the capital shows indeed a significant presence of plurilingualism. The analysis addresses the following questions: Which languages and varieties of (Austrian) German characterise the Linguistic Landscape of Vienna in selected districts? How do they manifest themselves in public and to what extent can one language or language variety be interpreted as dominant? How do specific linguistic and extra-linguistic factors relate to the place where they occur? Is it possible to identify a specific function that is determined or realised by the choice of variety? On the one hand, the results should help to describe the Linguistic Landscape of Vienna regarding its plurilingualism. On the other hand, they should form a basis for a future didactic implementation of Linguistic Landscape research within the framework of a didactics of German as a pluricentric language.

The ‘resounding mosaic’ of Austrian German in Vienna’s Linguistic Landscape

[Vienna; Linguistic Landscape; Austrian German; plurilingualism; linguistic variation]

1. Einleitung

Die komplexen und facettenreichen Dimensionen der Mehrsprachigkeit sowie der Umgang mit ihnen in einer spezifischen sprachlichen Gemeinschaft werden in urbanen Räumen in besonderem Maße reflektiert, wie die Sprachlandschaftsforschung festgestellt und in den letzten Jahren verstärkt herausgearbeitet hat (vgl. für die deutschsprachige Forschung z.B. Auer 2010; Ziegler/Marten 2021). Die Mehrsprachigkeit im deutschsprachigen Raum lässt sich jeweils u.a. als *innere* Mehrsprachigkeit (zum Begriff der inneren Mehrsprachigkeit im DaF-Unterricht vgl. z.B. Kaiser/Ender 2020) deklinieren, und zwar vor allem in Anlehnung an die heute etablierte Betrachtung des Deutschen als einer plurizentrischen

Sprache (vgl. v.a. Ammon 1995; Muhr *et al.* 1995 und zur Problematisierung der Plurizentrik-These u.a. Dollinger 2019; Glauninger 2013). In der Folge werden die spezifischen Erscheinungsformen der Mehrsprachigkeit im österreichischen Deutschen am Beispiel der Sprachlandschaft Wiens analysiert. Der erste Abschnitt widmet sich daher der historischen Entwicklung des österreichischen Deutschen sowie der Darstellung der auffälligsten sprachlichen Unterschiede zum Binnendeutschen[1]. Dabei wird ebenfalls auf ausgewählte Besonderheiten des Wienerischen eingegangen. Der Titel des Beitrags geht auf ein Zitat von Otto Basil zurück, dessen politisch-historische Bedeutung in den Ausführungen des zweiten Abschnitts deutlich wird:

> Noch immer hören wir in ihr [= in der österreichischen Sprache] das latein-romanische Erbe mitschwingen, die goldenen Glocken Roms, und wir fühlen den keltischen Glanz in ihren Adern. Diese Sprache, gebildet aus bajuwarischen und alemannischen Dialekten, mit Zutaten aus dem Tschechischen und Prager Deutschen, aus dem Magyarischen, Kroatischen, Jiddischen, ja selbst Türkischen, mit Resten des soldatischen Vulgärfranzösischen, das die Heere Napoleons hier zurückgelassen haben, und Anklängen an die Idiome romanisierter Kelten und Südslawen, ist ein tönendes Mosaik, das erst in gehöriger Hörweite (und eine solche verleiht uns die geschichtliche Distanz) zu einem homogenen Klang verschmilzt. (Basil 1962: 88)

Im zweiten Abschnitt erfolgt somit eine Betrachtung ausgewählter Aspekte dieser mehrsprachigen Basis, die in der aktuellen linguistischen Forschung zum österreichischen Deutschen eine herausragende Rolle spielt (für einen Überblick zum österreichischen Deutschen vgl. u.a. Dollinger 2021; Muhr *et al.* 1995; Lenz *et al.* 2015; Lenz/Glauninger 2015; Wiesinger 2014, 2024). Im dritten Abschnitt werden die methodischen Grundlagen der hier vorgestellten Analyse, das dafür erstellte Korpus sowie die Ergebnisse vorgestellt. Im vierten Abschnitt folgen abschließend eine Zusammenfassung sowie die Präsentation einiger didaktischer Prinzipien und Überlegungen, die als Grundlage für weitere Studie dienen können.

[1] Der Terminus *Binnendeutsch* wird hier neutral als Synonym für *bundesdeutsches Deutsch* für die reine Gegenüberstellung der Standardvarietäten Deutschlands und Österreichs verwendet. Er soll nicht als Ausdruck einer monozentrischen Auffassung (vgl. Markhard 2010: 10) interpretiert werden.

2. Das österreichische Deutsch und das Wienerische: Sprachhistorische Aspekte und ausgewählte linguistische Merkmale

Der Untertitel einer illustrierten Sammlung österreichischer Wörter von Sedlaczek (2004) beinhaltet eine Anspielung auf ein in Österreich weitverbreitetes, fälschlicherweise Karl Kraus zugeschriebenes Zitat: *Wie wir uns von unserem großen Nachbarn unterscheiden*[2]. In Bezug auf die Identität Österreichs und Deutschlands erweist sich die sprachliche Komponente als problematisch, was in den divergenten historischen Entwicklungen beider Nationen sowie ihrer teilweise kontroversen Beziehung miteinander begründet ist.

Noch bis ins 18. Jahrhundert, als nationalistische Ideale sich stärker verbreiteten, wurde die gemeinsame deutsche Sprache in den habsburgischen Territorien nie als Bindeglied empfunden, wie Brückmüller (1994: 69) feststellt (vgl. auch Wiesinger 2014: 471). Dies lässt sich auf die sprachliche Heterogenität der Habsburgermonarchie sowie auf die verschiedenen regionalen und dialektalen Unterschiede zurückführen. Zudem fehlte es an einer einheitlichen Norm für die Schriftsprache (vgl. *ebd.*). Ein solcher Mangel wurde von Vertretern höherer Gesellschaftskreise sowie einigen Intellektuellen in einem aufklärerischen Sinne als Hauptgrund für eine geistlich-kulturelle Verarmung der Bevölkerung identifiziert. Da die 1750 von Kaiserin Maria Theresia eingeführte Reform der Schriftsprache auf geistiges Wachstum der Bevölkerung und Steigerung des Gemeinwohls angelegt war, lässt sie sich als patriotisch, jedoch nicht nationalistisch motiviert beschreiben (vgl. *ebd.* 472 und Wiesinger 1997). Das Ende des 18. und der Beginn des 19. Jahrhunderts waren geprägt von politischer Unruhe, die aus verstärkten nationalistischen Bestrebungen resultierte. Diese spielten vor allem ab der Mitte des 19. Jahrhunderts in der multiethnischen und mehrsprachigen Habsburgermonarchie trotz der gescheiterten Aufstände eine zunehmend bedeutende Rolle (vgl. Wiesinger 2014: 474). Aus sprachhistorischer Perspektive etablierte sich auch im deutsch-österreichischen Raum die Grammatik Johann Christoph Adelungs als normatives Vorbild, welches in den meisten Fällen auf ostmitteldeutschen-norddeutschen Varianten basierte. Die zahlreichen hei-

[2] Die Verbreitung einer solchen Redewendung zeigt sich u.a. in ihren zahlreichen Verwendungen in der Presse: vgl. z.B. <https://www.sueddeutsche.de/bayern/oesterreich-bundespraesident-alexander-van-der-bellen-bairische-sprachwurzel-dialekt-1.6411651>; <https://www.derstandard.at/story/1794877/was-karl-kraus-so-wohl-nicht-gesagt-hat>. Die originelle Version stammt nach Sedlaczek jedoch aus einer Rede des Komikers Karl Farkas (am 30. Dezember 1957, ORF): „Aber wir Österreicher unterscheiden uns doch von den Deutschen durch so mancherlei, besonders durch die gleiche Sprache“.

mischen Abweichungen wurden dementsprechend nicht ohne einen gewissen Widerstand, unter anderem ausgehend von Franz Grillparzer, zurückgedrängt (vgl. *ebd.* 473). Die Bezeichnung *österreichisches Deutsch* mit einer im Vergleich zur preußisch-norddeutschen Varietät negativen Konnotation wurde Ende des 19. Jahrhunderts durch Lewis (1875) in seinem Werk *Versuch einer Darstellung seiner hervorstechendsten Fehler und fehlerhaften Eigenthümlichkeit* eingeführt (vgl. Wiesinger 2014: 481). Erst nach dem Ende des Ersten Weltkriegs und der Auflösung der Österreichisch-Ungarischen Monarchie, als die Frage einer deutschnationalen Einheitsideologie an Bedeutung gewann, lassen sich erste deutlich nationalistisch orientierte Anzeichen einer österreichischen Identität erkennen, die bewusst auf sprachlichen Eigentümlichkeiten basiert. Insbesondere der österreichisch-britische Priester Carl Friedrich Hrauda betonte die kulturelle Eigenständigkeit des österreichischen Volkes. Diese resultierte zum einen aus der religiösen bzw. katholischen Zugehörigkeit, zum anderen aus der spezifischen multikulturellen und mehrsprachigen Geschichte (vgl. *ebd.* 485 sowie Hrauda 1930: 15). Diese Ansätze, die während des Dritten Reichs und des Zweiten Weltkriegs in den Hintergrund traten, erfuhren in der Nachkriegszeit eine Revitalisierung. Sie dienten als Grundlage für die Konstitution einer bewusst von Deutschland abzugrenzenden nationalen Identität, wie es sich deutlich in den politischen Programmen der Zweiten Republik zeigte (vgl. Wiesinger 2014: 487 ff.).

In der heutigen sprachwissenschaftlichen Debatte wird das österreichische Deutsch in Anlehnung an die Plurizentrik-Theorie (vgl. Ammon 1995) als nationale Varietät der deutschen Sprache aufgefasst. Dabei werden insbesondere Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu den anderen Varietäten im deutschsprachigen Raum hervorgehoben:

> Das österreichische Deutsch als Varietät der deutschen Standardsprache […] kommt durch Varianten zustande, denen hinsichtlich ihres Gebrauches Norm zugebilligt wird. Sie verfügen zwar über unterschiedliche regionale Verbreitungen, doch handelt es sich nicht, wie besonders in Norddeutschland vom Süden oftmals fälschlich angenommen wird, um dialektale Varianten, wenn sie, sprachgeschichtlich betrachtet, zum Teil auf ursprünglichen heute noch üblichen dialektalen sprechgeographischen Unterschieden basieren. Diese Varianten betreffen alle standardsprachlichen Ebenen. (Wiesinger 2014: 27)

Im Rahmen des vorliegenden Beitrags kann keine umfassende Darstellung der Besonderheiten des österreichischen Deutschen geleistet werden. Stattdessen erfolgt eine Skizzierung ausgewählter, besonders auffälliger Merkmale, die sich z.T. auch in den hier vorgefundenen Sprachzeugnissen zeigen (vgl. Abschnitt 3).

Die österreichische Standardsprache weist im Vergleich zum Binnendeutschen signifikante phonologische Unterschiede auf. Dies betrifft insbesondere die Verdumpfung des /*a*/, welches zu /ɔ/ wird und in der Schriftsprache häufig als <*å*> signalisiert wird: Dieser allgemein oberdeutsche Prozess betrifft jedoch vor allem die bairische Dialektfamilie (vgl. Schönherr 2016: 329). In nicht-wissenschaftlichen Kontexten wird es sogar als /*o*/ manifest, was auch und vor allem die in dieser Studie gesammelten Daten betrifft. Des Weiteren ist die Stimmlosigkeit von <*s*> in anlautendem und intersonorem Kontext zu nennen, deren Entwicklung bis in die Mitte der frühneuhochdeutschen Zeit reicht (vgl. *ebd.* 29). Ferner ist die plosive (statt frikative) Aussprache von <*Ch*> im Anlaut vor Palatalvokalen sowie im anlautenden <*g*> nach Velar- und Palatalvokalen und in der Nebensilbe <*ig*> zu nennen (vgl. *ebd.* 28 ff.). Morphologische Auffälligkeiten betreffen vor allem Genusvariationen, insbesondere bei Wörtern fremdsprachlicher Herkunft (*das* Joghurt und *das* E-Mail), und Pluralbildungen, insbesondere bei Substantiven mit langem <*a*> (*der Kasten – die Kästen*) sowie die Apokope von <*-e*> (*die Gäst*) (vgl. *ebd.* 36-37). Auf suprasegmentaler Ebene ist die spezifische Akzentuierung einiger Wörter zu nennen: Deutlich zu erkennen ist dies in der Alltagskommunikation etwa bei den Wörtern *Tabak* und *Kaffee*, die als [ta‘bak] und [ka‘fe:] akzentuiert werden. Weit verbreitet ist zudem das aus dem mhd. *-lîn* abgeleitete österreichische vor allem dialektal und z.T. umgangssprachlich verwendete Diminutivsuffix *-l*: Es kommt schriftlich als *-lein* vor und wird „in der Standardsprache in Wörtern mit auslautendem <*ch*> wie Büchlein und Tüchlein und in meist festen Texten“ (Wiesinger 2014: 41) gebraucht. Im Mittelbairischen und östlichen Teil des Südbairischen hat sich auch standardsprachlich die kosende Diminutivform *-erl* (ein *bisserl* statt des binnendeutschen ein *bisschen*, ein *Tischerl* statt eines *Tischchens*) entwickelt, die auch im österreichischen Deutschen lexikalisiert wurde, z.B. in der Bezeichnung *Zuckerl* für die binnendeutsche Form *Bonbon* (*ebd.* 41-42). In Bezug auf lexikalische Aspekte werden in den letzten Jahren die sogenannten *Austriazismen* im deutschsprachigen Raum vor allem im Hinblick auf ihre inhomogene Verbreitung im österreichischen Nationalraum untersucht (vgl. den Überblick in *ebd.* 42-56 sowie Wiesinger 2024: 159-187). Ihre spezifische Verwendung wird jedoch oft erst anhand einer mit dem Binnendeutschen vergleichenden Wortfeldanalyse erkennbar (vgl. Ebner 2019: 54 ff.). Einige der in dieser Studie festgestellten Austriazismen werden im Folgenden näher betrachtet, da sie auch im Korpus dieser Studie enthalten sind. Die Verbreitung solcher sprachlichen Auffälligkeiten entspricht dabei naturgemäß nicht immer den nationalen Grenzen.

Aus sprachhistorischer Perspektive ist festzuhalten, dass sich die österreichische Sprache und ihre Mundarten aus zwei großen Dialektfamilien, dem Bairischen und dem Alemannischen, entwickelt haben. Diese beiden Dialektfamilien weisen eine unterschiedliche Verbreitung und Geschichte im deutschsprachigen Raum auf. Der Geltungsraum des Alemannischen innerhalb des nationalen Sprachgebiets Österreichs ist relativ klein, da es lediglich als Basis für die vorarlbergischen dialektalen Varietäten diente. Neben dem Alemannischen und einem alemannisch-bairischen Übergangsgebiet in Westtirol hat sich in den übrigen weiten Teilen Österreichs das innerlich noch auszudifferenzierende Bairische entwickelt (vgl. Wiesinger 2024: 70). Das Wienerische ist dabei der ostmittelbairischen Gruppe zuzuordnen. Als linguistisches Standardwerk zur Beschreibung der Wiener Mundart kann Hornungs *Wörterbuch der Wiener Mundart* (Hornung/Grüner 2002) genannt werden. Es fungiert unter anderem als Grundlage für Sedlaczeks *Wörterbuch des Wienerischen*, das erstmals 2011 als Taschenbuch erschien und 2023 eine wesentliche Erweiterung zum *großen Wörterbuch des Wienerischen* erfuhr. Diese umfasst eine Vergrößerung des Wörterbuchs, eine Ergänzung etymologischer und phonologischer Hintergrundinformationen zu jedem Eintrag sowie eine Aktualisierung der Inhalte. Zu den Quellen des neuen Wörterbuchs zählen literarische Figuren wie Johann Nestroy, die traditionelle Wienermusik, wie sie in *Wiener Lieder und Tänze* des Komponisten Eduard Kremser gezeigt wird, sowie neuzeitliche Liederautoren des sogenannten Austropop, beispielsweise Georg Danzer (vgl. Sedlaczek 2023: 8-10). Neben spezifischen lexikalischen Auffälligkeiten, die zum Teil auch in der hier präsentierten Analyse zutage treten und deshalb in den folgenden Kapiteln thematisiert werden, kennzeichnen einige phonologische Merkmale das Wienerische und unterscheiden es zum Teil von den weiteren österreichischen Varietäten. Unter den phonologischen Merkmalen sind insbesondere die R- und L-Vokalisierung sowie die sogenannte Wiener Monophthongierung hervorzuheben. Die R-Vokalisierung resultiert in der Bildung eines Diphthongs aus einem vorausgehenden kurzen Vokal, gefolgt von einem /*-r*/. Als Beispiel nennt Sedlaczek (2023:11) das wienerische Wort "Scheṛ|zel, Scheṛ|zerl, dås; -s, -n (gespr. scheatsl, scheatsal)"[3]. Die L-Vokalisierung kann in der Bildung eines Diphthongs resultieren: „Aus fallen wird foin, aus helfen wird höffm" (*ebd.*). Es sei darauf verwiesen, dass dieser Prozess eigentlich den gesamten mittelbairischen Sprachraum betrifft (vgl. Wiesinger 2024: 78). Die Wiener Monophthongierung lässt sich auf Spezifika in der

[3] Im österreichischen Deutschen bezeichnet das Wort Scherzel aber auch ein spezifisches Stück Rindfleisch (vgl. Ebner 2019: 395).

Entwicklung vom Mittelhochdeutschen zurückführen, wie sie in anderen Varietäten nicht beobachtet werden können:

> Im Wiener Dialekt wurden all jene Diphthonge, die historisch auf mhd. langes /î/ und /û/ zurückzuführen sind, im Dialekt zu /ɛ:/ und /o:/ (z. B. Wein, Zeit, Haus, auf, aus) monophthongiert. Alle jene Diphthonge hingegen, die auf mhd. /ei/ und /ou/ zurückzuführen sind, wurden im Wiener Dialekt zu /a:/ (z. B. Leiter, breit, Baum, Traum). Der Wiener Dialekt trifft hier eine Unterscheidung, die die Standardsprache nicht kennt. (Moosmüller/Vollmann 2001: 44)

Da das Wienerische über keine kodifizierte Schriftsprache verfügt, folgt die Schreibweise von Wörtern, die dem Dialekt entstammen, in der Regel der Aussprache. Das gleiche Phänomen lässt sich beim unbestimmten Artikel beobachten, der infolge der Monophthongierung zu (einem oft nasal ausgesprochenen) /*a*/ wird. Dies lässt sich in folgendem Bild, das in der Wiedner Hauptstraße aufgenommen wurde, erkennen:



Abb. 1: A echter Wiener haut nix runter

Neben der stark informellen, umgangssprachlichen (binnendeutschen) Form *nix* muss bezüglich dieses *Mistkübels* (d.h. Mülltonne) darauf hingewiesen werden, dass der abgebildete Spruch möglicherweise eine Anspielung auf den Titel einer traditionellen Wiener TV-Serie, nämlich *Mundl. Ein echter Wiener geht nicht unter*

darstellt, die u.a. als wichtige Dialektquelle dient (Sedlaczek 2023: 9). Eine Vielzahl ähnlicher humoristischer und aus sprachwissenschaftlicher Sicht interessanter Sprüche belebt die Mülleimer der gesamten Stadt und prägt somit ihre Sprachlandschaft, wie im Folgenden dargelegt wird.

2.1 Die Farben des Mosaiks

Wie bereits angedeutet, hat die Mehrsprachigkeit der Habsburgermonarchie die deutsche Sprache in Österreich maßgeblich geprägt. Sprachen, die gegenwärtig als Nachbarsprachen bezeichnet werden, haben sich in der Vergangenheit einen geografischen Raum geteilt und sich gegenseitig beeinflusst. Eine solche gegenseitige Beeinflussung lässt sich sowohl in der österreichischen Standardsprache als auch in den dazugehörigen verschiedenen Mundarten nachweisen. Des Weiteren ist zu erwähnen, dass auch die stigmatisierte (Geheim-)Sprache Rotwelsch sowie das Jiddische eine zentrale Rolle bei der Entwicklung des Wiener Dialekts gespielt haben. Die Bezeichnung *Beisl* für das bekannte Wiener Gasthaus hat ihren Ursprung sowohl im Jiddischen als auch in der böhmischen Tradition. Im *österreichischen Lexikon der Sprachirrtümer* wird der – vermeintlich – fälschlicherweise im Jiddischen verortete etymologische Ursprung korrigiert:

> Bis zum Jahre 1975 dachte man nämlich, das Wort stamme von hebräisch *bájiss* ab. Dann erschien eine neue Lieferung des *Wörterbuchs der bairischen Mundarten in Österreich*. Dort können wir lesen, dass der Ausdruck »Beisl« vom böhmischen Wort paizl (=Kneipe, Spelunke, Butike) herzuleiten ist. (Grüner/Sedlaczek 2012: 27-28)

Jedoch sind beide etymologischen Herleitungen nachvollziehbar: Das jiddische Wort *bájiss* bedeutet (Arbeits-)Haus, das eine semantische Nähe zum (historischen) Konzept des Beisls im Sinne eines einfachen Gasthauses (vgl. Ebner 2019: 129) zeigt. Darauf verweist unter anderem die Bezeichnung *Beißer* in Wien, die einen gefährlichen Jungen bezeichnet (vgl. Grüner/Sedlaczek 2003: 28). Im *Wörterbuch des Wienerischen* werden beide Ableitungen angegeben. Demnach wurde das Wort vom Jiddischen, das es aber wiederum aus dem Tschechischen übernommen hatte, ins Wienerische übertragen (vgl. Sedlaczek 2023: 93). Beide Sprach- und Kulturtraditionen haben deutliche Spuren in der österreichischen und insbesondere der Wiener Kultur hinterlassen. Ein Restaurant im 6. Bezirk trägt beispielsweise den Namen *Gschamster Diener*, in Anlehnung an eine alte Wiener Grußformel jiddischer Herkunft:

> Ein »Gschmasterer« oder »Schamsterer« ist ein »Freund«, oder auch ein »Liebediener«, »Komplimentenmacher«. Herkunftswort ist […] ein Hauptwort aus dem Jiddischen. Der Synagogendiener *schámeß* ist bei der Wortbildung Pate

> gestanden. Obwohl das Wort »Schammes « so viel wie »Diener« bedeutet, hat man sicherheitshalber die deutsche Übersetzung hinterhergestellt (»Schammer-Diener«). Später wurde mit *st* eine Höchststufe gebildet und die Vorsilbe *ge-* vorangesetzt. (Grüner/Sedlaczek 2003: 74-75)

Soxberger (2013) legt in seiner Abhandlung ausführlich dar, dass die Stadt Wien in den 1920er Jahren des vergangenen Jahrhunderts Schauplatz einer kulturellen Blüte des Judentums war. Die Spuren einer solchen kulturellen Prägung sind heute vor allem im zweiten Bezirk, in Leopoldau, deutlich sichtbar. Die Sprachlandschaft dieses Bezirks wird im Rahmen dieser Studie ebenfalls beschrieben, da sie als Ergebnis der genannten kulturellen Besonderheit betrachtet werden kann. In Bezug auf (inter)kulturelle Bezüge sei angemerkt, dass das Wort *Schmäh* eine typisch wienerische, teils mehrdeutige, kreative, zum Sarkasmus neigende, besonders komplex zu definierende (und erst zu erklärende) Form des Humors bezeichnet, die möglicherweise durch das Jiddische Eingang in die österreichische Sprache gefunden hat:

> Eine Art von Humor, gepaart mit Witz, Schlagfertigkeit sowie einer gewissen Lockerheit und Kreativität, ein Zusammenkommen von ortstypischem Charme und Gewieftheit, ein Oszillieren zwischen Eindeutigkeit und Mehrdeutigkeit, manchmal geradeaus, manchmal subtil und ausgeklügelt, mal leichtfüßig keck und ein anderes Mal philosophisch tiefgründig […]. *Tiaf* (›primitiv‹) und raffiniert zugleich, derb und liebenswürdig, grob und schmeichelhaft, bizarr, kurios, melancholisch und zynisch. […] Was die Herkunft des Wortes *Schmäh* angeht, wird unter anderem das Jiddische schemá ›Gehörtes, Erzähltes‹ herangezogen oder mittelhochdeutsch smæhe ›beschimpfen, abwerten‹. (Krammer 2023: 85-86)

Der mitunter schwarze Humor ist im Wienerischen auch in zahlreichen Redewendungen zum Thema Tod präsent, die eine bemerkenswerte Gelassenheit und, wenngleich etwas makabre, Ironie aufweisen (vgl. *ebd.* 29-30). Hier sei nur ein Beispiel genannt: Wenn jemand *die Patschen* (Hausschuhe) *streckt,* bedeutet das, dass er verstirbt. Diese Redewendung stammt aus dem Tschechischen (*natáhnout papuče/bačkory*) (vgl. Newerkla 2009: 12 sowie Ebner 2019: 346) – ebenso wie eine Vielzahl an weiteren Elementen, die aus kulturhistorischen Gründen aus dem Tschechischen übernommen wurden.

Aufgrund des engen Kontakts mit der böhmischen Kultur lassen sich zahlreiche Beispiele für gegenseitige kulturelle Beeinflussungen erkennen, die sich hauptsächlich auf sprachlicher Ebene manifestieren. Die tschechische Bevölkerung in Wien war vor dem Zerfall der Monarchie und der Gründung der Tschechoslowakei zahlenmäßig sogar relevanter als in Prag, wie Newerkla (2009: 8) in Anlehnung an

Brousek (1980) anmerkt. Ein beachtlicher Anteil des österreichischen Wortschatzes ist durch Entlehnungen aus dem Tschechischen geprägt. Einige Lehnwörter gehören zum fast vergessenen Wortgut (Newerkla 2009), während andere im Wiener Dialekt trotz ihrer weniger offensichtlichen Präsenz sowohl in einigen sprachstrukturellen Aspekten (vgl. *ebd.* 10) als auch in alltäglichen Redewendungen der österreichischen Standardsprache noch erkennbar sind. Im lexikalischen Bereich ist vor allem der kulinarische Bereich betroffen, wie bereits anhand der oben eingeführten Etymologie des Wortes *Beisl* dargelegt wurde. Die *Kolatsche* (auch *Golatsche*) bezeichnet einen Kuchen böhmischen Ursprungs und stellt eine eingedeutschte Form des tschechischen *koláč* (für Kuchen) dar. Die in Österreich weitverbreitete *Palatschinke* (für das aus dem Französischen übernommene Binnendeutsche *Crêpe*) hat ihren Ursprung im Tschechischen *palačinka*, das jeweils mit dem Ungarischen *palacsinta* und dem Rumänischen *plăcintă* verwandt ist (vgl. *ebd.* 9). Des Weiteren sind die tschechischen Einflüsse in einer noch immer gebräuchlichen Redewendung enthalten: Die Redewendung *ohne Arbeit gibt's keine Kolatschen* stammt aus dem Tschechischen – *bez práce nejsou koláče* – und bedeutet so viel wie *ohne Fleiß kein Preis* (vgl. *ebd.* 11). Eine andere verbreitete österreichische Redewendung, nämlich *das geht sich (nicht) aus*, im Sinne von *es klappt (nicht)*, ist nach Newerkla auf die tschechische Redewendung *to (ne)vyjde* zurückzuführen; und *das ist nicht mein Gusto* geht auf das tschechische *to není mé gusto* zurück, wobei hier auch eine italienische lexikalische Komponente zu erkennen ist (vgl. Neudek/Schäfer-Prieß 2012: 129). Diese Redewendungen tschechischen Ursprungs sind nach wie vor Bestandteil des alltäglichen Sprachgebrauchs. Andere hingegen werden zunehmend seltener verwendet und finden sich lediglich noch in der Umgangssprache bestimmter Sozialgruppen:

> Hierher gehören etwa auf Lepschi gehen ‚Vergnügungen nachgehen' in Entsprechung von tschech. jít na lepší; außer Obligo sein ‚frei von jeder Verpflichtung sein' < tschech. být z obliga; bridsch sein im Sinne von ‚verloren bzw. futsch sein' < tschech. pryč ‚weg'; na servus! im Sinne von ‚na so was' als Ausdruck unangenehmer Überraschung bzw. Verwunderung in Entsprechung von tschech. no nazdar! bzw. no servus!; pomāli, pomāli! für ‚nur langsam!' < mähr.-slowak. pomaly ‚langsam'; u. a. m. Andere sind hingegen mehr oder weniger schon ganz aus dem Sprachschatz geschwunden und nur noch historische Zeugnisse des einstigen intensiven Sprachkontakts, wie z. B. Babutschen ‚Stoffpantoffel' < tschech. slowak. Papuče. (Newerkla 2009:11)

Bemerkenswert an den oben angeführten Beispielen sind die zahlreichen zusätzlichen Einflüsse des Italienischen, die entweder in Form direkter Sprachwechsel im Rahmen sonst tschechischer oder deutscher Konstruktionen auftreten, aber möglicherweise auch in noch nicht aufgespürten gemeinsamen etymologischen

Entwicklungen begründet sind. Zusammenfassend schließt Newerkla seinen Beitrag mit den folgenden Worten: „Wien ohne seine Tschechen und Slowaken wäre wohl wie ein Wiener Schnitzel ohne Panier“ (vgl. *ebd.*). Zu den typisch österreichischen Wörtern vor allem der Wiener Kulinarik zählt tatsächlich das Wort *Panier*, das jedoch seinen rein kulinarischen Kontext längst verlassen hat:

> Von paniertem Huhn (*Backhendl*) oder Schweinefleisch, gebackenem Gemüse bis hin zum panierten Wiener Schnitzel aus Kalbfleisch. Als Panier (›Panade‹) wird die knusprig gebackene Umhüllung aus Mehl, Ei und Semmelbrösel bezeichnet […]. Im Wienerischen gehen Kulinarisches und Liebesangelegenheiten Hand in Hand. Denn geht man auf *Aufriss*, um jemandem kennenzulernen, ist eine *Ansapanier* (wörtlich ›Einserpanier‹ für ›schicke Kleidung‹) ratsam. Außerdem empfiehlt es sich, dabei nicht allzu paniert (›betrunken‹) zu sein. Also los – *gkampelt*, *gsackelt* und *aufgemascherlt* (›gut frisiert‹, ›schön angezogen‹ und ›auffällig gekleidet‹ bzw. ›geschminkt‹) – geht es ins *Beisl* (›Wiener Wirtshaus‹) oder *Tschocherl* (›uriges, kleines Lokal‹) [...]. Man isst zusammen ein paniertes *Schweinderl* und trinkt gemeinsam (noch) ein *Glaserl* . (Kammer 2023: 23-24)

Dieses Zitat kann als exemplarisches Beispiel für die sprachlichen Besonderheiten des österreichischen Deutschen und des Wienerischen betrachtet werden: die Bezeichnungen *Panier*, *Backhendl* und *Semmel* gehören der österreichischen Gastronomiesprache an. *Einserpanier* wird dabei zu *Ansapanier* infolge der Wiener Monophthongierung und der vokalisierten /r/ genau wie der binnendeutsche unbestimmte maskuline Artikel *ein* zu *a* wird. Die Partizip-Perfekt-Formen *gkampelt* und *gsackelt* zeigen (neben den spezifisch österreichischen lexikalischen Elementen) die Ergebnisse einer dialektal geprägten phonologischen Reduktion der Nebentonsilbe, die sich auch in der Orthografie erkennen lässt, wenn man das Wort nach der lautlichen Schreibung als dialektal erscheinen lassen möchte (vgl. Ebner 2019: 62-63): *gekampelt* wird umgangssprachlich und scherzhaft für „gewaschen und fertig angezogen“ (*ebd.* 212) verwendet, *sackeln* heißt umgangssprachlich „sich vornehm kleiden“ (*ebd.* 386). Auch die oben in Abschnitt 2 beschriebenen Verkleinerungsformen lassen sich im Zitat vor allem am Beispiel des panierten *Schweinderl* und des *Glaserl* veranschaulichen. Das *Tschocherl* als „kleines Café“ (*ebd.* 457) ist eine spezifisch wienerische umgangssprachliche Bezeichnung jiddischen Ursprungs.

Die geographische Nähe sowie historische, politische und bis heute nachwirkende wirtschaftliche Beziehungen Österreichs zu Italien begründen die grundlegende Rolle des Italienischen für die Ausgestaltung des sprachlichen Mosaiks. Die Belege für einen engen Kontakt, insbesondere im Bereich der Spracharchitektur und des Handels, lassen sich bis in die Zeit der Babenberger zurückverfolgen, welche Österreich von 976 bis 1246 regierten (Neudek/Schäfer-Prieß 2021: 103). Die Habsburgermonarchie

übte bereits im 14. Jahrhundert Herrschaft über italienischsprachige Gebiete aus, beispielsweise über Tirol, Istrien und Triest (vgl. *ebd.*). Zudem sind dynastische Beziehungen zu nennen, da zahlreiche österreichische Adelige italienische Frauen, insbesondere solche aus der Toskana, heirateten (vgl. *ebd.* 108). Diese Verbindungen trugen dazu bei, dass das Italienische als „wichtigste lebende Fremdsprache im Wien der frühen Neuzeit" (*ebd.*) galt. Eine Vielzahl an Austriazismen ist italienischer Herkunft. Sie gehören in erster Linie dem kulinarischen Bereich an: *Frittaten* aus dem it. *frittata*, nämlich „in dünne Streifen geschnittene Pfannkuchen als Suppeneinlage" (Neudek/Schäfer-Prieß 2021: 127; Sedlaczek 2014: 79; Ebner 2019: 201), *Karfiol* für *Blumenkohl* aus dem italienischen *cavolfiore* (Neudek/Schäfer-Prieß 2021: 130, vgl. dazu auch Ebner 2019: 267); *Melanzane/i* für *Aubergine* aus dem Italienischen *melanzana* (Neudek/Schäfer-Prieß 2021: 132 in Anlehnung an Sedlaczek 2014: 175, Ricaldone 1986: 146 und Ebner 2019: 316), *Marille* für *Aprikose*, die im gesamten österreichischen Sprachraum verbreitet ist und laut Neudek/Schäfer-Prieß (2021: 132) vom italienischen *amarillo* und dort wiederum vom lateinischen *Armeniacum* (*pomum*) (‚armenischer Apfel') abzuleiten ist. Auch das Wienerische *Paradeiser* für Tomaten leitet sich vom Italienischen *pomo del paradiso*, nämlich Paradiesapfel, ab (*ebd.* 134; Sedlaczek 2014: 190; Ricaldone 1986: 146; Ebner 2019: 343). Neben dem kulinarischen Bereich lassen sich in zahlreichen anderen Lebensbereichen spezifisch österreichische Wörter italienischen Ursprungs finden, die weitverbreitet sind. Das Wort *Tschick* für Zigarette (Neudek/Schäfer-Prieß 2021: 140) geht auf das friulianische *cic* (vgl. *ebd.* sowie Sedlaczek 2014: 271-272 und Ricaldone 1986: 146) zurück (vgl. auch Ebner 2019: 457). Die weite Verbreitung des Wortes zeigt sich u.a. darin, dass auf allen öffentlichen Aschenbechern die dialektal gefärbte Frage *Host an Tschick?* zu lesen ist:



Abb. 2: Host an Tschick?

Diese Frage, die auch die oben angesprochene Verdumpfung des <a> zeigt, ist häufig in der umgangssprachlichen Alltagskommunikation zu hören, wenn eine Zigarette erbeten wird (Krammer 2023: 110). Bezüglich des Tabakkonsums ist auch das Wort *Trafik*, nämlich „kleines Geschäft für Tabakwaren, Zeitungen usw.“ (Neudek/Schäfer-Prieß 2021: 139), zu erwähnen, welches seinen Ursprung im Italienischen *traffico* (Handel) hat und über das Französische *trafic* ins österreichische Deutsche Eingang gefunden hat (vgl. Ebner 2019: 453; Wehle 1980: 274). Die letzte relevante Sprachkontaktgruppe ist gerade das Französische, das insbesondere ab der frühen Neuzeit als elitäre Konversationssprache galt (vgl. Pustka 2021). Auch in diesem Fall sind die Kontakte bereits bei der Lektüre jeder Speisekarte erkennbar. So ist ein in Wien verbreitetes Kaffeegetränk die *Melange* (aus dem Französischen *mélange*), deren Endung jedoch stimmlos [ʃ] und nicht stimmhaft [ʒ] wie im Französischen ausgesprochen wird (*ebd.*), und die Bezeichnung *Faschiertes* für Hackfleisch ist aus dem französischen *farce* für „Füllung aus Fleisch oder Fisch“ (Ebner 2019: 188) hervorgegangen (vgl. *ebd.*). Des Weiteren wurden die Begriffe *Fadesse* für Langeweile, woraus die Redewendung *es ist mir fad* entstanden ist, sowie *retour* im Sinne von *zurück*, das in der Regel zur Bezeichnung von Rückgeld verwendet wird, entlehnt. In Österreich wird zudem die Bezeichnung *Coiffeur* häufiger als die im sonstigen deutschsprachigen Raum verbreitete französische Entlehnung *Friseur* verwendet (vgl. Pustka 2021).

3. Die Studie

Das Ziel der vorliegenden Studie besteht, wie oben erwähnt, darin, die Mehrsprachigkeit in der Wiener Sprachlandschaft zu erforschen, und zwar im Hinblick sowohl auf die fremdsprachlichen als auch auf die rein deutschsprachigen varietätsbezogenen Aspekte. Die methodologische Grundlage dieser Studie folgt den von Backhaus (2007) formulierten Richtlinien zur Datengewinnung, um ein repräsentatives Korpus herzustellen: Festlegung des Erhebungsgebiets, Bestimmung der zu erforschende Gegenstände sowie der Kodierungskategorien. Im Einzelnen wurden im Rahmen der vorliegenden Studie 6 Straßen, 9 Gassen und ein Platz als repräsentativ für ausgewählte Bezirke näher analysiert; die Ergebnisse werden in den folgenden Abschnitten präsentiert. Die Daten wurden in zwei Zeiträumen gesammelt: in der zweiten Augustwoche und in der zweiten Novemberwoche 2024. Die fotografierten Sprachzeugnisse enthalten ausgehängte Speisekarten, Werbeplakate, Klebezettel mit verbalem Inhalt, Ladenschilder, Denkmäler und Sprüche auf Mülltonnen. In den folgenden Absätzen wird sich zeigen, dass Letztere, die im österreichischen Deutschen als *Mistkübel* bezeichnet

werden, sich als besonders ergiebig und erkenntnisreich für die Fragestellung der vorliegenden Studie erwiesen haben, vor allem im Hinblick auf die funktionale Analyse der Sprachzeugnisse (vgl. Abschnitt 4). Die vorgefundenen Sprachzeugnisse wurden nach Sprachen sowie nach der Anwesenheit von *code-switching* und *code-mixing* unterteilt. In den folgenden Absätzen werden die gesamten Ergebnisse im Überblick präsentiert und nur diejenigen sprachlichen Daten näher diskutiert, die einerseits im österreichischen Sprachgebrauch gängig sind, und andererseits für das Thema der Mehrsprachigkeit in Österreich relevant sind.

3.1. Der 1. Bezirk: Schwedenplatz und Sailergasse

Um möglichst auch im sonst sehr touristisch geprägten 1. Bezirk Spuren authentischen Stadtlebens zu finden, wurden eine kleine Gasse und der im Vergleich zum bekannten Stephansplatz für Touristen weniger attraktive Schwedenplatz gewählt. Am Schwedenplatz wurden 24 Sprachzeugnisse gesammelt, davon enthalten nur 10 rein österreichische Elemente. Hier ein Beispiel der Bäckerei Anker, die in der Stadt (und in Österreich) weitverbreitet ist:



Abb. 3: Jause

Hervorzuheben ist hier der weit verbreitete Austriazismus *Jause*, der vom slowenischen *južina* stammt und eine Zwischenmahlzeit bezeichnet (vgl. Ebner 2019: 258). Die meisten Sprachzeugnisse gehören entweder dem Binnendeutschen oder dem Englischen an. Viermal wurde – entweder allein oder in Verbindung mit dem Englischen – das Italienische (vor allem beim Produkt *gelato* und dem zugehörigen Geschäft *gelateria*) und einmal das französische *Confiserie*, das im Duden als schweizerisch markiert wird, festgestellt. Der besonders im ersten Bezirk, und vor allem vor der Staatsoper, verbreitete Mistkübel-Spruch *heute Concerto in D-Müll* ist eine Anspielung auf die Sprache der klassischen Musik (welche zahlreiche italienische Entlehnungen aufweist) und ein auf deutsch-englischem *code-mixing*

basierendes Wortspiel. In der Sailergasse wurden 10 Fotos mit jeweils 12 sprachlichen Inputs gesammelt. Nur eines davon gehört dem österreichischen Deutschen und ist auf einem *Würstelstand*, d.h. dem binnendeutschen *Würstchenstand,* zu lesen, wobei das verkaufte Produkt hier mit der oben angesprochenen typisch bairisch-österreichischen Verkleinerungsform -l geschrieben wird:



Abb. 4: Würstl

Das Französische kommt zweimal und das Italienische einmal vor. In Bezug auf das Französische ist die in der Stadt mehrfach vorgefundene Bezeichnung *Coiffeur* für *Friseur* hervorzuheben (vgl. Pustka 2021). Ein Beispiel von *code-mixing* – hier des Spanischen und des Englischen – lässt sich am folgenden Mülleimer erkennen, der auch ein Wortspiel mit dem österreichischen Deutschen enthält:



Abb. 5: Hasta la Mista, Baby?

Der spanische Verabschiedungsform *hasta la vista* wird mit dem österreichisch basierten Neologismus *Mista* – von *Mist* als typisch österreichische und schweizerische (vgl. Ebner 2019: 319) Bezeichnung für die binnendeutsche Form *Müll* – verändert und durch das englische *baby* als umgangssprachliche Interjektion ergänzt: Hier wird auf eine Filmreferenz, nämlich auf das berühmte Zitat Arnold Schwarzeneggers „Hasta la vista, Baby?" aus *Terminator 2*, angespielt. Zahlreiche ähnliche Varianten von auf *code-mixing* und *code-switching* basierenden Sprachspielen sind von der Magistratsabteilung 48, die für die Müllabfuhr zuständig ist, auf Mistkübeln in der ganzen Stadt verteilt worden (vgl. dazu auch Krammer 2023: 108). Es wird sich auch zeigen, dass diese Sprüche oft orts- oder bezirksspezifisch formuliert sind und dass ihre Interpretation z.T. ein kulturelles Hintergrundwissen erfordert.

3.2. Der 2. Bezirk: Taborstraße

Die kulturelle Besonderheit des 2. Bezirks wurde bereits im ersten Abschnitt kurz angesprochen. Von den 91 gesammelten Sprachzeugnissen sind 10 auf Hebräisch verfasst und lassen sich auf Ladenschildern und Plakaten finden, vor allem in Bezug auf *koschere* Lebensmittel:



Abb 6: Koscher beim Eisladen Veganista

An der Kreuzung der langen Taborstraße mit dem Karmeliterplatz befindet sich ein Lokal mit einem bezeichnenden Namen, nämlich das *Tachles*, das von der aus dem

Jiddischen stammenden umgangssprachlichen Redewendung *Tacheles reden*, also deutlich und offen reden, abgeleitet ist[4]. Obwohl die meisten Sprachzeugnisse auf Binnendeutsch formuliert sind, wurden in dieser Straße auch weitere Sprachen gefunden, die in anderen untersuchten Bezirken entweder selten oder gar nicht vorkommen: das Türkische, das Serbische, Russische, Albanische, Polnische, Arabische und Vietnamesische. In dieser Hinsicht stellt der zweite Bezirk wegen seiner vielfältigeren Sprachkonstellation eine Ausnahme unter den sog. *Innenbezirken* dar und weist Ähnlichkeiten zum 16. Bezirk auf (vgl. 2.8). Daneben lassen sich, genau wie in den anderen Bezirken, Sprachzeugnisse erkennen, die österreichisch markiert sind, und zwar auf Supermarkt- und Werbeplakaten (z.B. vgl. Abb. 7 mit dem Wort *Hendl* für *Huhn*) sowie in den oft umgangssprachlich markierten Sprüchen auf *Mistkübeln*, die neben Fällen von *code-mixing* (wie *48er-Dreckship-Store* und *Halt die city pretty*) auch typisch österreichische Sprachformen (Frau *Fessor* als umgangssprachliche Abkürzung für *Frau Professor*, *Hausübung* für *Hausarbeit* und *Kübel* für *Mülleimer* in Abb. 8) enthalten:



Abb 7: Hendl



Abb. 8: Frau Fessor

3.3. Der 4. Bezirk: Wiedner Hauptstraße

Die Wiedner Hauptstraße wurde vom Karlsplatz bis zur Kreuzung mit der Johann-Strauß-Gasse untersucht. Die Sprachzeugnisse wurden in der ersten Novemberwoche 2024 gesammelt, als entlang der Straßenbahngleise, welche die

[4] „Wortwörtlich steht das jiddische Wort für Ziel, Zweck und leitet sich jeweils vom hebräischen *takliṯ*, nämlich Ende, Äußerstes, Ziel“ ab (<https://www.dwds.de/wb/Tacheles> zuletzt konsultiert am 23.11.2024).

Hauptstraße entlanglaufen, Bauarbeiten stattfanden. Auf diese Bauarbeiten wurde durch spezielle Plakate hingewiesen, von denen einige auch für den vorliegenden Beitrag interessant sind:



Abb. 9: Bauarbeiten

Neben den englisch-deutschen Anspielungen auf das Lied *Ice, Ice Baby* des Rappers Vanilla Ice sowie dem *code-switching mehr gleis ist nice*, die als Beispiele von auf Mehrsprachigkeit basierenden Wortspielen dienen, ist das zweite Plakat mit dem Verb *sich abstrudeln* im Sinne von *sich bemühen* (vgl. Ebner 2019: 88) als österreichische Sprachform zu klassifizieren. Von den 46 gesammelten Sprachzeugnissen gehören 15 dem österreichischen Deutschen an, darunter lassen sich 2 dem Wienerischen zuordnen, nämlich der (schon oben angesprochenen) Mistkübel mit dem Spruch *a echter Wiener haut nix runter* sowie die Bezeichnung *Paradeiser* für Tomate in einer Speisekarte. Zu den österreichischen Sprachzeugnissen gehören auch die folgenden Plakate, wo das Adjektiv *g(e)scheit* für das Binnendeutsche *gut, ordentlich* (vgl. *ebd.* 216) verwendet wird:



Abb. 10: gescheites Essen

Als österreichisch annotiert wurde schließlich die Verwendung der Interjektion *halt* im Spruch *mir schmeckt's halt*, die nach dem *Digitalem Wörterbuch der Deutschen Sprache* (DWDS) besonders im süddeutschen Sprachraum verbreitet ist[5]:

[5] Vgl. <https://www.dwds.de/wb/halt#1>, zuletzt am 19.11.2024 konsultiert.



Abb. 11: mir schmeckt’s halt

Die übrigen Sprachzeugnisse sind dem Binnendeutschen zuzuordnen; in einigen Fällen findet sich *code-switching* insbesondere mit dem Englischen, vereinzelt aber auch mit dem Serbischen und Vietnamesischen.

3.4. Der 5. Bezirk: Margaretenstraße

An der Tür des Lokals *Schikaneder* klebt ein Zettel, der zum Respekt der Nachtruhe auffordert:



Abb. 12: Nachtruhe bei Schikaneder

Das Wort *Gehsteig* wird im Duden als besonders bayrisch und österreichisch markiert (vgl. auch *ebd.* 211), sodass die Mitteilung als Beispiel der allgemeinösterreichischen Sprachverwendung gezählt wurde. Interessant ist aber auch die nur teiläquivalente

englische Übersetzung des Deutschen, bei der das auf einer bekannten Redewendung – *ein Auge zudrücken* – basierende Wortspiel nur sinngemäß wiedergegeben wurde, sodass die mit dem Wortspiel erzeugte Ironie verloren geht. Bezüglich Ironie und Wortspiele steht am Anfang der Pilgramgasse, fast an der Kreuzung zur Margaretenstraße, ein Mistkübel, der einerseits eine österreichisch-wienerische Bezeichnung für Straßenbahn, nämlich *Bim* (*ebd.* 138), aufgreift und andererseits eine Korrektur des mit dem Wort versuchten Spiels inszeniert:



Abb. 13: I bim sauber

Zu den österreichischen Sprachzeugnissen gehören auch das auf einem Mistkübel zu lesende Wort *Restlverwerter*, wobei *Restl* die umgangssprachliche am typisch österreichischen Morphem *-l* erkennbare Verkleinerungsform des binnendeutschen *Restes* ist, sowie ein Plakat an einem Fahrradparkplatz:



Abb. 14: radeln

Das Verb *radeln* für *Fahrrad fahren* ist eine umgangssprachliche Form, die zwar nicht als spezifisch österreichisch einzuordnen, aber vor allem im südlichen deutschen Sprachraum verbreitet ist (vgl. Duden, zuletzt konsultiert am 20.11.24, sowie Ebner 2019: 370). Schließlich zählt das *Haas-Beisl* in dieser Straße als wienerisches Sprachzeugnis (zur Bedeutung und Etymologie des Wortes *Beisl* vgl. oben im Abschnitt 2.1.).

3.5. Der 6. Bezirk: Mariahilfer Straße, Otto-Bauer-Gasse, Zieglergasse

Die als Einkaufsmeile bekannte Mariahilfer Straße (die bis in den 15. Bezirk reicht, hier aber nur bis zum Westbahnhof analysiert wurde) zeigt nur wenige Beispiele österreichischer Sprachformen, oft in Zusammenhang mit Englisch oder anderen Sprachen. Sogar die bekannte Süßspeise *Kaiserschmarren*, die seit Kurzen auch als Streetfood angeboten wird, wurde im Rahmen einer umgangssprachlichen englischen Form in ein Werbeplakat in dieser Straße integriert: *Kaiserschmarren 2 go*:



Abb. 15: Kaiserschmarrn 2 go

Auch ein weiterer rein kultureller Aspekt des Wiener Stadtlebens wird in einer englischen Werbung für mexikanische Produkte, nämlich Burritos, verwendet:



Abb. 16: Wiener Grant

Grant bedeutet *schlecht gelaunt* und ist nach Ebner auch in Bayern umgangssprachlich verbreitet (*ebd.* 223). *Grantig sein* bzw. *granteln* gehört jedoch nach Krammer, gemeinsam mit *raunzen* (das im ganzen süddeutschen Sprachraum als „weinerlich jammern" verbreitet ist, *ebd.* 373), *sudern* (ebenfalls eine umgangssprachliche Form für jammern, vgl. *ebd.* 443) und *matschkern* (das aus dem Tschechischen kommt und neben Tabak kauen auch schimpfen und kritisieren heißt, vgl. *ebd.* 313 sowie Sedlaczek 2023: 314), zur kulturellen Selbst- und Fremddarstellung der Stadt Wien:

> Wien wurde im 2022 vom Expat-City-Ranking zur »unfreundlichsten Stadt der Welt« gekürt und das nicht zum ersten Mal. Gnadenlos grantig soll die Grundhaltung vieler Wiener sein. Von schlecht gelaunt, verärgert bis hin zu unausstehlich miesepetrig und erzürnt. […] Beginnen wir mit den Erscheinungsformen von Grant. Da gibt es die meist ungefragt reflexartige Meinungsäußerung oder diese gewisse keineswegs bösartige Forschheit, die sogleich wieder beschwichtigt wird. […] Es gibt Grant in Reinform als auch in Kombination mit Schmäh. Schmäh und Grant brauchen einander und befruchten sich gegenseitig. (Krammer 2023: 54-55)

Der sonst in Wien als *Würstelstand* bezeichnete *Würstchenstand* kommt in der Mariahilfer Straße auch mit der binnendeutschen *Imbiss* vor. Zweimal taucht das österreichische Wort *Jause* auf, einmal in einer sonst italienischen Speisekarte, nämlich als italienischer *Jausenteller*. Sonst lassen sich nur das Schild *Tabak-Trafik* und ein Plakat der Caritas mit der umgangssprachlichen Aufforderung *es g'hört viel mehr g'holfen* als österreichisch erkennen. Eine dialektale Bezeichnung der Mariahilfer Straße lässt sich in der kleinen, sie kreuzenden Otto-Bauer-Gasse finden:



Abb. 17: Ka Mü auf der Mahü

Der obige Spruch bedeutet *kein Müll auf der Mariahilfer* und zählt zu den österreichischen Sprachzeugnissen, die sich bereits einige hunderte Meter entfernt von der touristischeren Einkaufsstraße wieder mehren: Die dialektale Bezeichnung *Mahü* stammt wahrscheinlich von der wienerischen Form *Maria hülf*, die statt der standardsprachlichen Form *Maria hilf* in Gebrauch ist (vgl. Fürst 2020: 86). Neben Lebensmitteln und Getränken (wie *g'spritzte Weine*) zählt der Name eines Lokals zu den österreichischen Sprachformen: *Fladerei* ist eine Anspielung auf das österreichische Verb *fladern* für das Binnendeutsche *stehlen*. Die implizite Bedeutung wird im Logo des Lokals auch grafisch vermittelt:



Abb. 18: Fladerei

Auf einem Mistkübel liest man dazu den dialektalen Spruch *schau net weg, hau eine dein' dreck*, nämlich „schau nicht weg, wirf hinein deinen Dreck“ (Krammer 2023: 108). In der Zieglergasse lässt sich neben den österreichisch-dialektalen Sprüchen an folgendem Mistkübel auch eine Anspielung auf das Englische *Hashtag* erkennen:



Abb. 19: Trashtag

Neben vielen Mistkübeln finden sich dazu Aufforderungen an Hundebesitzer:innen, die *Hündstrummerl* (bzw. *Hundehaufen*, vgl. *ebd.* 110) mit den dort angebote-

nen Tüten selbst einzusammeln, die als österreichisch markiert sind: *Nimm ein Sackerl für's Gackerl. Sackerl* ist die österreichische Form für das Binnendeutsche *Tüte* und *Gackerl* wird von Ebner (2019: 205) als besonders in Wien verbreitete Kindersprache bezeichnet:



Abb. 20: Nimm ein Sackerl

3.6. Der 7. Bezirk: Westbahnstraße, Neubaugasse, Stiftgasse

Auch die Westbahnstraße zeigt vor allem in den Sprüchen auf Mistkübeln viele Sprachformen, die entweder typisch österreichisch oder sogar dialektal sind. Das folgende Bild in der Nähe einer Straßenbahnhaltestelle in der Westbahnstraße (wobei Straßenbahn in Wien, wie oben bereits betont, als *Bim* bezeichnet wird) lässt sich als dialektal geprägtes Wortspiel interpretieren, wobei die erste Person Präsens (ich) *träume* zu *tram* wird:



Abb. 21: I tram von Mist

Das Phänomen der *a*-Monophthongen aus mhd. *öu* betrifft jedoch nicht nur das Wienerische, sondern den ganzen süd- und mittelbairischen Raum (vgl. Lenz 2019: 12). Das Wortspiel basiert auf einer phonetischen Ähnlichkeit zwischen dem süddeutsch-dialektalen Wort *Tram* für Straßenbahnen und der auch dialektal geprägten Form des Verbs *träumen*. Mehrsprachige Kompetenz ist die Grundlage für die Interpretation des Spruches *Mülle Grazie* auf einem anderen Mistkübel als Anspielung auf die italienische Danksagungsformel *mille grazie* und auf das deutsche Substantiv *Müll*. Weitere österreichisch dialektal geprägte Sprüche sind *ich fahr' ab auf a saubere Stadt*, *Willkommen im Misterium*, *Mist im Kübel ist nicht übel* und *Versenk die Wuchtl*. Letztere ist eine Anspielung auf die österreichische Umgangssprache im Fußballkontext: Der Spruch wird von Krammer (2023: 108) als „erziel einen Treffer mit dem Ball“ übersetzt. Das Wort *Wuchtl* stammt aber laut Sedlaczek (2023: 509) aus dem Tschechischen *buchta*, das ein würfelförmiges, in Österreich eben *Wuchtl* genanntes Gebäck bezeichnet[6]. Sonst lassen sich spezifisch österreichische Wörter für Lebensmittel erkennen, etwa auf einem Werbeplakat, wo das Wort *Schlagobers* für die binnendeutsche *Sahne* verwendet wird. Unter den zahlreichen Redewendungen zum Thema Tod (die schon in Abschnitt 2.1. erwähnt wurden) zählt auch *den 71er nehmen* (vgl. Krammer 2023: 29), nämlich die Straßenbahnlinie 71 nehmen, die bis zum Wiener Zentralfriedhof fährt. Eine grafische Darstellung dieser Redewendung war auf einen *Mistkübel* in der Westbahnstraße geklebt:

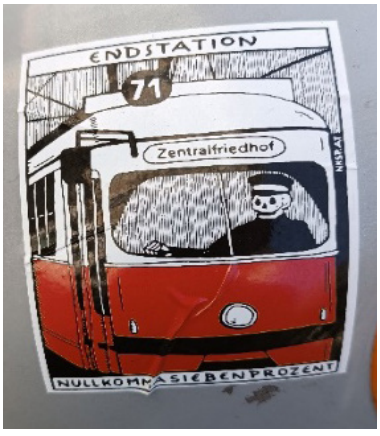


Abb. 22: mit dem 71er fahren[7]

[6] Eine scherzhafte Erläuterung ist hier zu hören: <https://www.derstandard.at/story/2000038650410/teil-1-was-ist-ueberhaupt-eine-wuchtl>.

[7] Der Aufkleber wurde von Nullkommasiebenprozent (<https://nksp.at/> zuletzt am 25.04.2025 konsultiert) hergestellt. Dabei handelt es sich um eine Marke, die sich für nachhaltige Produkte einsetzt. Das Geschäft befindet sich in der Neubaugasse 27, 1070 Wien.

Die Neubaugasse ist besonders bekannt und beliebt für die vielen lokalen sowie internationalen Restaurants und Geschäfte. Trotzdem lassen sich auch hier einige Beispiele österreichischer Sprachverwendung erkennen. Neben Lebensmitteln auf Speisekarten, Produkten, die spezifisch österreichische Namen haben (wie *Pölster* statt *Kissen*), sowie einigen schon angesprochenen Sprüchen auf Mistkübeln ist das folgende Bild hervorzuheben:



Abb. 23: Oida

Das Wort *Oida* leitet sich als Ergebnis der schon angesprochenen L-Vokalisierung vom standardsprachlichen *Alte / Alter* ab und wird in den verschiedensten Kontexten im Wienerischen verwendet:

> Oida ist […] inzwischen ein typisch wienerisches Universalwort. Es kann in der ursprünglichen Form zur direkten Ansprache einer Person verwendet werden: Wos wüst vo mir, Oida/Oide? (Was willst du von mir, Alter/Alte?). Ebenso kann es als Interjektion, also als Ausrufewort oder Empfindungswort in nahezu jeder Situation und Stimmung als Ausdruck der eigenen Gefühle eingesetzt werden. Zum Beispiel als Ausdruck des Ärgers, Erstaunens, der Verwirrung, Freude oder des Schmerzes. (Krammer 2023: 71)

Die Daten der Stiftgasse wurden Anfang November 2024 gesammelt, nämlich in der sogenannten *Ganslzeit*, wie es auch in der ausgestellten Speisekarte eines Restaurants zu lesen ist:

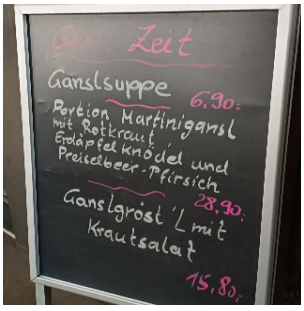


Abb. 24: Gansl

Die Speisekarte wurde als Beispiel der österreichischen Sprache (in Verbindung mit Binnendeutsch) aufgefasst, und zwar aufgrund der Wörter *Gansl* – bzw. *Martinigansl*, nämlich die österreichische Variante von *Martinsgans* – sowie *Erdäpfelknödel* und *Ganslgrost'l* (wobei *gröstl* in der Regel zusammengeschrieben wird).

3.7. Der 9. Bezirk: Müllnergasse, Servitengasse, Grünentorgasse und Schlickgasse

Der 9. Bezirk bietet mit Ausnahme des Freudmuseums und der Votivkirche im Vergleich zu anderen Innenbezirken nur wenige bekannte touristische Sehenswürdigkeiten. Das Alte AKH (Allgemeines Krankenhaus Wiens) liegt hier und ist heute teilweise Standort des Campus der Universität Wien, sodass die Atmosphäre des Bezirkes größtenteils studentisch geprägt ist. Anstatt der großen Alser Hauptstraße wurden verschiedene kleinere Gasse untersucht. In der Müllnergasse wurden 23 Sprachzeugnisse gesammelt, 8 davon gehören dem österreichischen Deutschen an. Dazu zählt auch die schon angesprochene dialektale Bezeichnung der Mariahilfer Straße, die hier in einer Immobilienanzeige verwendet wird:

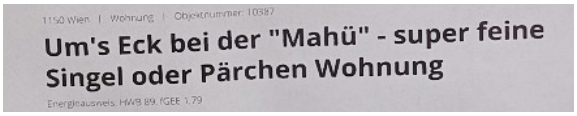


Abb. 25: Wohnung bei der Mähu

Die Pension Ani-Falstaff in der Müllnergasse befindet sich laut einem Schild im Mezzanin, also dem „Zwischengeschoss zwischen Parterre und erster Etage“ (Ebner 2019: 317). Das Wort wird im DWDS als besonders österreichisch aufgefasst und leitet sich vom italienischen mezzanino ab (vgl. auch Sedlaczek 2014: 176; Ebner 2019: 317). Neben schon angesprochenen österreichischen sowie auf Mehrsprachigkeit basierten Sprüchen auf Mistkübeln ist folgender zu finden, der zwar sprachlich als binnendeutsch und englisch gilt, aber inhaltlich ein spezifisch wienerisches Hintergrundwissen zu erfordern scheint:



Abb. 26: Ganz Wien

Höchstwahrscheinlich ist der Spruch eine Anspielung auf ein in der österreichischen Musikkultur bekanntes Lied des traditionellen Liedermachers Georg Danzer, dessen auf Wienerisch verfasste Texte auch als Grundlage des Wörterbuchs Sedlackzecs dienen (2023). Danzer thematisierte in seinem Lied „Ganz Wien träumt von Kokain“[8] die in den 1980er Jahren gravierender gewordene Problematik der hauptstädtischen Drogenszene. Der Titel wurde von dem bekannten Sänger Falco in seinem „Ganz Wien (… ist heut auf Heroin)“, das auf die gleiche Problematik eingeht, erneut verwendet. In diesem Kontext kann der Spruch als eine Form der Sensibilisierung für sowohl städtische Sauberkeit als auch für psychologische und soziale Abhängigkeitsprobleme interpretiert werden. Von den 23 Sprachzeugnissen der Grünentorgasse gehören 11 dem österreichischen Deutschen an und lassen sich in ausgehängten Speisekarten, im Lokalnamen *Freunderl* und abermals in Sprüchen auf Mistkübeln wie dem schon angesprochenen *Mülle Grazie* finden. Dazu kommen der Spruch *nächster Halt: Mistkübel* und ein gezielt für den Alsergrund gedachter Spruch:



Abb. 27: Alsergrund-Kübel

Die Servitengasse zeigt eine ähnliche Sprachsituation; von den 32 gesammelten Sprachzeugnissen gelten aber nur 6 als österreichisch: Sie lassen sich wie in den oben beschriebenen Beispielen meist auf Speisekarten in Verbindung mit dem Englischen, Italienischen und zweimal dem Französischen finden. Einmal kommt zudem das Wienerische *Paradeiser* vor. Zum Wienerischen gehört auch

[8] Die hohe Popularität des Titels innerhalb der österreichischen Musikkultur manifestiert sich in vielfältiger Weise, darunter auch in der Benennung einer dem Austro-Pop gewidmeten Ausstellung im Wien Museum (vgl. WIEN MUSEUM – Ganze Wien Eine Pop-Tour).

das Wiener *Beisl* in der Schlickgasse, wo 15 Sprachzeugnisse gesammelt und 8 dem österreichischen Deutschen zugeschrieben wurden: *Semmelknödel*, *Sturm*, *faschiertes (Fleisch)*, *Melanzani*, *Zwickl*, *Marille*, *gespritzter Wein* und der schon angesprochene Mistkübel-Spruch *versenk die Wuchtl.*

3.8. Der 16. Bezirk: Ottakringer Straße

Um einen möglichst umfangreichen Blick in die mehrsprachige Realität Wiens werfen zu können, wurde neben den sog. *Innenbezirken* (vom 1. bis zum 9.) auch einen sog. Außenbezirk, d.h. ein Bezirk, der außerhalb des sog. *Gürtel* liegt, ausgewählt. Im stark (bzw. stärker als die anderen Bezirke) von Migration geprägten 16. Bezirk herrscht diesbezüglich eine (auch an der Sprachlandschaft) deutlich zu erkennende multikulturelle Atmosphäre[9]. Insgesamt wurden in seiner Hauptstraße 152 Sprachzeugnisse gezählt, die in den meisten Fällen Binnendeutsch und Englisch vermischen und als *code-switching* betrachtet wurden. Als österreichisch-italienisches *code-mixing* wurde der Lokalname *Schnitzleria* gezählt. Zu den englisch-binnendeutschen Code-Switching-Fällen gehören die auf *Mistkübeln* vorgefundenen Sprüche *Mach´ Ottakring zum Sauber-King*, der gezielt für diesen Bezirk erdacht wurde, und *Halt die city pretty*. Acht Sprachzeugnisse enthalten hingegen eine auf Binnendeutsch formulierte Mitteilung sowie die entsprechende arabische Übersetzung. Verhältnismäßig viele sprachliche Elemente stammen aus südslawischen Sprachen (vor allem dem Serbischen). Der multikulturelle Hintergrund des Ottakringer Bezirks dient auch als Grundlage des als ironisch zu interpretierenden Spruchs *Ihre Papiere bitte*, der in der Regel von Behörden zur Identitätskontrolle verwendet wird:



Abb. 28: Ihre Papiere, bitte!

[9] Vgl. <https://kurier.at/chronik/wien/bezirksportrait-ottakring-schlechter-ruf-gute-stimmung/401036777 >.

Auch die Binnenmigration bzw. die Zuwanderung aus anderen Teilen Österreichs zeigt sich vereinzelt in diesem Bezirk. Als Willkommensspruch zu einem *Heurigen* liest man z.B. die dialektale Begrüßung *Griaß eich liabe leit*:



Abb. 29: Heuriger

Das Zitat ist nicht dem Wienerischen, sondern dem südbairischen Sprachraum zuzuordnen, wie die Anwesenheit von den für das Südbairische typischen fallenden Diphthongen, nämlich /ia/ statt /y/ in *griaß* und statt /i:/ in *liabe* (vgl. Lenz 2019) sowie der Wandel von /ɔɪ̯/ zu /ei/ in *eich* und *Leit* zeigen[10]. Das Wort *Heuriger* selbst, das „Wein der letzten Lese" oder (wie in diesem Fall) ein „Lokal, in dem vor allem heuriger Wein und einfache Speisen angeboten werden" (Sedlaczek 2023: 240), bezeichnet, wird dialektal im bairischen Raum *Heirige* oder *Heiriche* ausgesprochen (vgl. auch Ebner 2019). Als weiteres typisch bairisches Phänomen wird auch das /u/ in *gut* zum Diphthong /uo/, wie an den Schreibweisen *guotes Essen* und *guotes Trinken* zu erkennen ist. Das österreichische Deutsch zeigt sich in dieser Straße sonst ebenso wie in den anderen untersuchten Räumen Wiens in Werbebotschaften für Lebensmittel sowie in Speisekarten.

4. Fazit und Desiderata

Die Wiener Sprachlandschaft reflektiert in vielerlei Hinsicht die besondere mehrsprachige Basis des österreichischen Deutschen sowie dessen Neigung zu einer auf Mehrsprachigkeit basierenden kreativen Sprachverwendung. Sprachwechsel betreffen jedoch vor allem die englische, italienische und französische Sprache, welche nur teilweise mit den historisch etablierten Sprachkontakten übereinstimmen. Die traditionell als Grundlage des heutigen österreichischen

[10] Vgl. auch die popularisierenden Artikel zum Thema unter <https://iam.dioe.at/frage-des-monats/wie-klingen-die-oesterreichischen-dialekte> und <https://www.sueddeutsche.de/panorama/bairischer-dialekt-das-ue-ist-schuld-1.666952 >.

Deutschen und des Wienerischen geltenden Sprachen wie das Tschechische spielen aus sprachhistorischer Sicht zwar noch eine Rolle, aus rein quantitativer Sicht scheint die Sprachlandschaft jedoch vom Binnendeutschen, das sich vor allem in den Wohnbezirken bzw. in nicht oder weniger touristischen Gegenden mit österreichischen Varietäten abwechselt, dominiert zu sein. Als dominante Fremdsprache gilt das Englische (vgl. auch Soukup 2016); ebenfalls recht verbreitet sind teilweise das Französische und das Italienische. Die qualitative Perspektive erlaubt jedoch noch weitere Deutungen.

Die in einigen Zeugnissen festgehaltenen österreichischen und wienerischen Formen lassen des Weiteren auf einen lebendigen Gebrauch des heimischen Wortguts schließen. Dabei zeigt sich eine bemerkenswerte sprachliche und funktionell relevante Kreativität. In diesem Kontext verdienen insbesondere die zahlreichen über die Stadt verteilten Sprüche auf Mistkübeln zur Sensibilisierung für städtische Sauberkeit Beachtung, für welche die Magistratsabteilung 48 bewusst mehrsprachige und dialektale Wortspiele verwendete. Die primäre Zielgruppe dieser Maßnahme sind nicht Touristen, sondern in erster Linie die einheimische Bevölkerung. Die Verwendung von Dialekt neben stark umgangssprachlich markierten Elementen erlaubt Rückschlüsse auf die damit verbundenen Spracheinstellungen zu den Varietäten. Offensichtlich wurde davon ausgegangen, dass die Sprüche mehr Wirkung zeigen würden, wenn sie Dialekt enthalten, oder unterschiedliche Sprachen und Register kombinieren. Solche Sprüche sind dazu oft raumbezogen: Manche, wie *Mach´ Ottakring zum Sauber-King* oder *Alsergrund hält´s Klima g´sund*, wurden z.B. gezielt für bestimmte Bezirke entworfen und sind nur in diesen zu finden. Vor der Opera steht nicht zufällig *Concerto in D-Müll* und in Straßen, wo u.a. Schulen sind, ist oft *Frau Fessor, der Kübel hat meine Hausübung g´fressn* als Anspielung auf die von Schüler:innen oft verwendeten kreativen Ausreden bei der Korrektur von Hausaufgaben zu lesen.

Die gesammelten Daten lassen sich u.a. gut als Grundlage der didaktischen Umsetzung des Linguistic-Landscapes-Konzepts sowie seiner Forschungsergebnisse einsetzen (zu didaktischen Ansätzen in der Sprachlandschaftsforschung vgl. u.a. Gorter/Cenoz 2024; Krompák 2018; Badstübner-Kizik/Janíková 2018; Janíková 2022; zur Übertragung des Sprachlandschaftskonzepts auf eine mehrsprachig orientierte DaF-Didaktik vgl. Palermo/Sgambati 2024), und zwar vor allem im Sinne eines auf die Plurizentrik orientierten Deutschunterrichts (zum österreichischen Deutschen im Unterricht vgl. z.B. Ransmayr/Fink 2014): Die auf Plurizentrik basierenden didaktischen Ansätze stellen unter anderem die Grundlage des D-A-CH-Konzepts (vgl. z.B. Hägi 2013) dar, welches in den

letzten Jahren zunehmend in den Fokus der linguistischen und sprachdidaktischen Forschung gerückt ist (vgl. Bettermann 2010). Eine auf Anerkennung und graduelle, gezielte Einübung jeglicher Varietät basierte Fremdsprachendidaktik zeichne sich in erster Linie durch eine deutliche Verbesserung der kommunikativen Kompetenz aus. Diese zielt auf die Bewältigung möglichst vieler (im Idealfall aller) Situationen aus dem breiten kommunikativen Spektrum ab. Die Auseinandersetzung mit der Heterogenität der Sprache eröffnet zudem Einblicke in die vielfältigen kulturellen Aspekte der jeweiligen Sprachgemeinschaft. Die Implementierung des LL-Konzepts im Kontext des Fremdsprachenunterrichts wurde in einigen Studien evaluiert, insbesondere vor dem Hintergrund der *Cultural* und *Linguistic Awareness*-Forschung (vgl. insbesondere Janíková, 2018). Im Rahmen dieses Beitrags, in dem der Fokus auf der Darstellung des Datenkorpus lag, können keine detaillierten Übungsvorlagen präsentiert, sondern nur erste Überlegungen angerissen werden. In weiteren Studien sollte auch anhand dieses Korpus detaillierter auf die didaktischen Möglichkeiten der Umsetzung eingegangen werden. In erster Linie sind hier gezielte Übungen zu nennen, die sich mit lexikalischen Aspekten der Standardvarietäten befassen. Dies kann beispielsweise anhand von Werbeplakaten geschehen, die Bilder mit verbalem Text kombinieren. Des Weiteren sind übersetzungsbezogene Übungen zu nennen, wenn die Mitteilung in unterschiedlichen Sprachen erfolgt. Diesbezüglich kann auf die zahlreichen in diesem Korpus gesammelten öffentlichen Speisekarten zurückgegriffen werden, die sich als Grundlage für gezielte Übungen sowohl zur Wortschatzerweiterung als auch zur Kommunikation (z.B. durch Rollenspiele) eignen. Um sich ein realistisches Bild von den Nationalvarietäten zu machen, wäre es empfehlenswert, von Lernenden selbst gesammelte zusätzliche Materialien aus Österreich mit solchen aus Deutschland und der Schweiz zu vergleichen. Des Weiteren können (reale oder virtuelle) Entdeckungstouren für Lernende von Interesse sein, bei denen sie selbst auf die Spuren authentischen Materials (etwa zum Thema österreichisches Deutsch, aber auch zu Binnendeutsch in Österreich, der eigenen Muttersprache oder einer Fremdsprache in Österreich) geführt werden. Die dialektalen Sprüche auf Mistkübeln eignen sich in besonderem Maße zur Vorbereitung einer didaktischen Einheit, welche die Analyse von Sprachvariationen auf kreative Weise mit dem Thema Sauberkeit im öffentlichen Raum verbinden würde. In diesem Zusammenhang könnten die Lernenden am Ende einer solchen Einheit dazu angeregt werden, sich gereimte Sprüche für soziale relevante Themen zu überlegen. Im österreichischen Zusammenhang könnten die zahlreichen dialektalen Sprüche als Ausgangspunkt für eine Unter-

richtseinheit dienen, die sich gezielt mit den Dialekten in Österreich (und ggf. in anderen Teilen des deutschsprachigen Raums) auseinandersetzt. Dabei wäre es bspw. möglich, die Dialektsituation in Österreich mit derjenigen in italienischen Orten zu vergleichen. In diesem Kontext sei darauf verwiesen, dass in einer italienisch-deutschen kontrastiven Beispielanalyse (Zurolo 2024) festgestellt wurde, dass die Behandlung der diatopischen Variation in den DaF-Lehrwerken für Italienischlernende eine geringere Rolle spielt als in den Lehrwerken für Italienisch als Fremdsprache für Deutschsprachige. In letzteren sind einzelne Kapitel spezifisch der Behandlung von Dialekten in Italien gewidmet. Dies ist insofern erstaunlich, als das Deutsche von einer Form der diatopischen Variation betroffen ist, die sich auch auf nationaler und sprachpolitischer Ebene widerspiegelt.

Diese diatopische Variation steht in engem Zusammenhang mit der historisch gewachsenen Plurizentrik des Deutschen: Darauf aufbauend hinterfragt Glauninger (2013) die in der heutigen Plurizentrizitätsthese formulierte Gleichsetzung von nationalen Zentren mit Sprachzentren. Gerade am Beispiel des Deutschen und insbesondere an der historischen Entwicklung des österreichischen Deutschen lässt sich die Problematik eines solchen Zusammenhangs verdeutlichen. Eine *supranationale* Konzeption dieser Theorie (vgl. *ebd.*) könnte sich demgemäß der Aufgabe widmen, historisch etablierte Verbindungs- und Trennlinien zu anderen nationalen Varietäten zu identifizieren – ohne dabei die identitätsstiftende Funktion der jeweiligen Standardsprachen zu negieren, aber gleichzeitig auch, um den analytischen Anforderungen einer immer stärker globalisierten Welt gerecht zu werden. Dabei wäre insbesondere zu berücksichtigen, dass die Grenzen sprachlicher Phänomene naturgemäß fließend sind und sich somit weder mit den Grenzen nationaler Einheiten decken noch von diesen respektiert werden. Demgegenüber sind die Grundprinzipien der sprachlichen Vielfalt und der Diversität zu respektieren, die jeweils die Basis für eine auf Mehrsprachigkeit ausgerichtete Praxis in Forschung und Lehre bilden.

Bibliographie

Ammon, Ulrich (1995), *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz: das Problem der nationalen Varietäten*, Berlin/New York: de Gruyter

Auer, Peter (2010), *Sprachliche Landschaften. Die Strukturierung des öffentlichen Raums durch die geschriebene Sprache*. In A. Deppermann/A. Linke (Hg.), *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin/New York: de Gruyter, 271-300

Backhaus, Peter (2007), *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*, Clevedon: Multilingual Matters

Badstübner-Kizik, Camilla/Janíková, Věra (Hg.) (2018), *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*, Berlin *et al.*: Peter Lang

Basil, Otto (1962): *Panorama vom Untergang Kakaniens*. In: O. Basil/H. Eisenreich /I. Ivask (Hg.), *Das große Erbe. Aufsätze zur österreichischen Literatur*, Graz/ Wien: Stiasny, 60-93

Bettermann, Rainer (2010), *D-A-CH-Konzept*, das. In H. Barkowski/H.J. Krumm (Hg.), *Fachlexikon Deutsch als Fremd- und Zweitsprache*. Tübingen: A. Franke (UTB), 41

Brückmüller, Ernst (1994), *Österreichbewusstsein im Wandel. Identität und Selbstverständnis in den 90er Jahren*, Wien: Signum

Dollinger, Stefan (2019), *The Pluricentricity Debat: On Austrian German and Other Germanic Standard Varieties*, London/New York: Routledge

Dollinger, Stefan (2021), *Österreichisches Deutsch oder Deutsch in Österreich? Identitäten im 21. Jahrhundert*. Wien: New academic press

Ebner, Jakob (2019), *Österreichisches Deutsch. Wörterbuch der Gegenwartssprache in Österreich*, Berlin: Dudenverlag

Fürst, Christine (2020), *Die Wiener „Mahü" rund um die Uhr. Eine Straße als urbaner Ort der Begegnung*. «Mobile culture studies. The journal» 1 (1), 85-96, <https://unipub.uni-graz.at/download/pdf/5351717.pdf> [29.11.2024]

Glauninger, Manfred M. (2013), *Deutsch im 21. Jahrhundert: ‚pluri'-, ‚supra'- oder ‚postnational'?* In I. Fiala-Fürst/J. Joachimsthaler/W. Schmitz (Hg.), *Mitteleuropa: Kontakte und Kontroversen.* Dokumentation des II. Kongress des Mitteleuropäischen Germanistenverbandes (MGV) in Olomouc/Olmütz, Dresden: Thelem, 469-480

Gorter, Durk/Cenoz, Jasone (2024), *Educational Contexts*. In D. Gorter/J. Cenoz *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Bristol/Jackson: Multilingual Matters, 310-356

Grüner, Sigmar/Sedlaczek, Robert (2012), *Lexikon der Sprachirrtümer Österreichs*, Köln: Anaconda

Hägi, Sara (2013), *Ammon 1995 didaktisiert: Die deutsche Sprache in DACH und ihre Realisierung im Unterricht Deutsch als Fremdsprache*. In K. Schneider-Wiejowski/B. Kellermeier-Rehbein/Jakob Haselhuber (Hg.), *Vielfalt, Variation und Stellung der deutschen Sprache*, Berlin/Boston: de Gruyter, 537-548

Hornung, Maria/Grüner, Sigmar (2002), *Wörterbuch der Wiener Mundart*, Wien: ÖBV

Hrauda, Carl Friedrich (1930), *Um Österreichs Freiheit*, Wien: Vaterland Bücherei

Janíková, Věra (2018), *Linguistic Landscape aus fremdsprachendidaktischer Perspektive*. In Badstübner-Kizik/Janíková (2018), 137-172

Janíková, Věra (2022), *Linguistic Landscape als Potenzial für die Entwicklung von Sprachmittlungskompetenz*. In P. Katelhön/P. Marečková (Hg.), *Sprachmittlung und Mediation im Fremdsprachenunterricht an Schule und Universität*, Berlin: Frank & Timme, 79-106

Kaiser, Irmtraud/Ender, Andrea (2020), *Innere Mehrsprachigkeit als Potenzial für den Deutschunterricht*. In M. Langlotz (Hg.), *Grammatikdidaktik – theoretische und empirische Zugänge zu sprachlicher Heterogenität,* Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 237-271

Krammer, Lisa (2023), *Wienerisch: Zwischen ur leiwand und eh wuascht*, Berlin: Dudenverlag

Krompák, Edina (2018), *Linguistic Landscape im Unterricht. Das didaktische Potenzial eines soziolinguistischen Forschungsfelds*. «Beiträge zur Lehrerinnen- und Lehrerbildung» 36 (2), 246-261

Lenz, Alexandra N. (2016), *Bairisch und Alemannisch in Österreich*. In J. Herrgen/J. E. Schmidt (Hg.), *Deutsch: Sprache und Raum - Ein internationales Handbuch der Sprachvariation*, Bd. 4, Berlin/Boston: de Gruyter, 318-363

Lenz, Alexandra N./Ahlers, Timo/Glauninger Manfred M. (Hg.) (2015), *Dimensionen des Deutschen in Österreich - Variation und Varietäten im sozialen Kontext*, Frankfurt a.M./Wien: Peter Lang

Lenz, Alexandra N./Glauninger Manfred M. (2015), *Standarddeutsch im 21. Jahrhundert. Theoretische und empirische Ansätze mit einem Fokus auf Österreich*, Wien: Vienna University Press

Markhardt, Heidemarie (2010), *Das Österreichische Deutsch des öffentlichen Bereichs*, Teil 1. «ADÜ (Assoziierte Dolmetscher und Übersetzer in Norddeutschland e.V.)» (4) 2010, 10-14

Moosmüller, Sylvia/Vollmann, Ralf (2001), *„Natürliches Driften" im Lautwandel: die Monophthongierung im österreichischen Deutsch*. «Zeitschrift für Sprachwissenschaft» 20 (1), 42-65

Muhr, Rudolf/Schrodt, Richard/Wiesinger, Peter (1995), *Österreichisches Deutsch: linguistische, sozialpsychologische und sprachpolitische Aspekte einer nationalen Variante des Deutschen*. Wien: Hölder-Pichler-Tempsky

Neudek, Constanze/Schäfer-Prieß, Barbara (2021), *Italianismen im Wienerischen*. «Beiträge zur bayerischen Geschichte, Sprache und Kultur» 3, 103-152

Newerkla, Michael (2009), *Bohemismen (und Slowakismen) in Wien (und Österreich)*. «tribüne» 3, 8-12

Palermo, Silvia/Sgambati, Gabriella (2024), *Il paesaggio linguistico plurilingue e la didattica: il caso dell'Alto Adige/Südtirol*. «Linguistik Online» 126 (2), 125-150

Pustka, Elissa (2021), *Wo Österreich französisch ist: – eine Pilotstudie zur Linguistic Landscape der Wiener Josefstadt (8. Bezirk)*. In S. Lücke/N. Piredda/S. Postlep /E. Pustka (Hg.), *Linguistik grenzenlos: Berge, Meer, Käse und Salamander 2.0 – Linguistica senza confini: montagna, mare, formaggio e salamandra 2.0*, <https://www.kit.gwi.uni-muenchen.de/?p=75170&v=1> [29.11.2024]

Ransmayr, Jutta/Fink, Ilona Elisabeth (2014), *Das österreichische Deutsch als Unterrichts- und Bildungssprache. Vorläufige Ergebnisse des FWF-Projekts*. «ide. Informationen zur Deutschdidaktik. Zeitschrift für den Deutschunterricht in Wissenschaft und Schule» 38 (3), 40-52

Ricaldone, Luisa (1986), *Italienisches Wien. Aus dem italienischen Manuskript übertragen von Peter Pawlowski*. Wien/München: Herold

Schönherr, Beatrix (2016), *Sprach- und Sprechformen zwischen Dialekt und Standardsprache: Empirische Untersuchungen auf einem wenig erforschten Terrain: Vorarlberg*. «Zeitschrift für Dialektologie und Linguistik» 83 (3), 315-355

Sedlaczek, Robert (2004), *Das österreichische Deutsch: Wie wir uns von unserem großen Nachbarn unterscheiden. Ein illustriertes Handbuch*. Wien: Carl Ueberreuter

Sedlaczek, Robert (2014), *Wörterbuch des Wienerischen*. In Zusammenarbeit mit Melita Sedlaczek. Innsbruck/Wien: Haymon

Sedlaczek, Robert (2023), *Das große Wörterbuch des Wienerischen. Die Herkunft der Wörter und ihre richtige Aussprache. Mit mehr als 10000 Stichwörtern und zahlreichen Belegstellen*, Innsbruck: Michael Wagner

Soukup, Barbara (2016), *English in the Linguistic Landscape of Vienna, Austria (ELLViA): Outline, Rationale, and methodology of a large-scale empirical project on language choice on public signs from the perspective of sign-readers*. «Views» 25, 1-24

Soxberger, Thomas (2013), *Revolution am Donaukanal. Jiddische Kultur und Politik in Wien 1904 bis 1938*, Wien: mandelbaum kritik & utopie

Wehle, Peter (2012), *Sprechen Sie Wienerisch?: Von Adaxl bis Zwutschkerl*, Wien: Carl Ueberreuter

Wiesinger, Peter (2014), *Das österreichische Deutsch in Gegenwart und Geschichte*, Wien: LIT

Wiesinger, Peter (2024), *Österreichisches Deutsch Kompakt. Geschichte und Gegenwart. Herausgegeben von Peter Ernst*, Wien: Praesens

Ziegler, Evelyn/Marten, Heiko (Hg.) (2021), *Linguistic Landscapes im deutschsprachigen Kontext. Forschungsperspektiven, Methoden und Anwendungsmöglichkeiten*, Berlin: Peter Lang

Zurolo, Alessandra (2024), *Varietäten in Sprachlehrwerken des Deutschen und Italienischen: eine kontrastive Beispielanalyse*. «Babylonia Multilingual Journal of Language Education» 1, 46-53

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 227-267 | ISSN 1124-3724

Ramona Pellegrino

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

Research on the Linguistic Landscape (LL) has predominantly concentrated on synchronic analyses, frequently neglecting its diachronic and historical aspects (cf. Kallen 2023: 219). However, the LL of the past has sometimes been 'captured' through photographic and video materials, allowing for the exploration of historical LLs. Given that previous studies on LL representation in video footage have primarily focused on fictional feature-length productions (cf. Badstübner-Kizik 2018), this article seeks to build upon and further develop this line of research. Building on the common emphasis of LL studies on urban spaces (cf. Van Mensel *et al.* 2016), this paper explores films set and/or shot in Vienna. The study investigates three core questions: (1) What functions does the LL serve in the analyzed films? (2) What types of signs constitute the LL, and how are these linked to its functions? (3) Are there distinctive linguistic features of Austrian German within the represented LL?

The historical dimension of Vienna's Linguistic Landscape in film: representation and function

[Linguistic Landscape; Vienna, Austrian German; diachronicity; film semiotics]

1. Introduzione

Lo studio del *Linguistic Landscape* (LL) – l'insieme dei messaggi e delle lingue visibili negli spazi pubblici (cfr. Gorter 2006: 2) – si è prevalentemente concentrato su un'analisi sincronica (cfr. Kallen 2023: 219; per una panoramica della ricerca sul LL cfr. Gorter/Cenoz 2024; per una sintesi cfr. Calvi 2024), trascurando in gran parte il punto di vista diacronico e dunque la dimensione storica del paesaggio linguistico. Tuttavia, il LL del passato è stato talvolta 'immortalato' attraverso fotografie e video, consentendo così la ricostruzione e l'analisi dei paesaggi linguistici di epoche precedenti.

Le (rare) ricerche finora dedicate alla rappresentazione del LL in materiale filmico hanno esaminato principalmente pellicole di finzione, in particolare lungometraggi (cfr. Badstübner-Kizik 2018; Kajszczarek 2022). Il presente artico-

lo si inserisce in questa linea di ricerca, focalizzandosi anch'esso su film aventi durata superiore ai 60 minuti, destinati alla distribuzione e alla proiezione nelle sale cinematografiche (cfr. la definizione di 'lungometraggio' in Enciclopedia del Cinema 2003). Esso contribuisce così a colmare almeno in parte una lacuna evidenziata da Kallen (2023: 33) riguardo al potenziale, ancora in gran parte inesplorato, che possiede lo studio del LL nelle arti visive.

Il LL viene indagato soprattutto in ambienti urbani (cfr. Van Mensel/Vandenbroucke/Blackwood 2016: 423; tra i principali studi cfr. ad es. Ben-Rafael/Ben-Rafael 2019; Henricson *et al.* 2024), poiché "[s]paces of this kind constitute the major human and social settings of our era" (Ben-Rafael/Shohamy/Barni 2010: xii), per questo motivo l'analisi verterà su film ambientati e/o girati in una delle maggiori città dell'area tedescofona. Fungono frequentemente da setting cinematografico Berlino, Vienna, ma anche Monaco di Baviera, Amburgo e Francoforte sul Meno (cfr. Badstübner-Kizik 2018: 263); il presente lavoro si concentra su Vienna affinché si possano rilevare nel LL rappresentato eventuali elementi distintivi del tedesco austriaco, utili a evidenziare il carattere pluricentrico della lingua tedesca (sul tedesco come lingua pluricentrica, e in particolare sul tedesco austriaco, cfr. ad es. Ammon 1995; Muhr/Schrodt 1997).

Sulla base di queste osservazioni preliminari, si intende rispondere alle seguenti domande di ricerca:

1) Quali funzioni svolge il LL nei film analizzati?
2) Quali tipologie di segni costituiscono il LL, e in che misura si può osservare una correlazione tra tipo di segno linguistico e funzione del LL?
3) È possibile individuare caratteristiche linguistiche peculiari del tedesco austriaco all'interno del LL rappresentato?

Il contributo è articolato come segue: innanzitutto verranno delineati il quadro teorico di riferimento (§ 2), il corpus e la metodologia adottata (§ 3), dopodiché verranno illustrati gli esempi più rappresentativi emersi dall'analisi (§ 4). Seguirà una breve sintesi dei risultati raggiunti (§ 5).

2. Linguistic Landscape: dimensione diacronica e funzione nei lungometraggi

Ogni LL è tendenzialmente caratterizzato da una complessa stratificazione temporale (cfr. Kallen 2023: 219), che diventa particolarmente evidente quando il LL integra elementi commemorativi (cfr. Scollon/Scollon 2003) o mostra la sovrapposizione di segni nuovi su elementi preesistenti. In questo contesto, risulta

significativo il concetto di *layering*, che descrive la coesistenza di versioni antiche e recenti di uno stesso segno linguistico (cfr. *Ivi*: 129; Kallen 2023: 232 ss.). Pavlenko/Mullen (2015) evidenziano come il LL sia per sua stessa natura diacronico, poiché l'interpretazione dei segni che definiscono il LL di un determinato contesto spaziotemporale è fortemente influenzata dai segni che lo hanno caratterizzato in precedenza. Considerando queste premesse, è plausibile ipotizzare che l'analisi del LL di diverse epoche o fasi storiche consenta di tracciare l'evoluzione sociale, politica e linguistica di un luogo.

Ciononostante, l'aspetto diacronico è spesso trascurato nella ricerca sul LL, non da ultimo per la difficoltà di reperire dati attendibili e rappresentativi (cfr. Gilles/Ziegler 2019: 387). Tra gli studi che esplorano il LL in chiave temporale si ricordano, ad esempio, Backhaus (2005) e Kallen (2010) che, riprendendo il concetto di *layering*, si sono concentrati, rispettivamente, sull'evoluzione del LL di Tokyo e Dublino. Pavlenko (2009) ha esaminato, invece, i cambiamenti del LL negli Stati post-sovietici dopo la dissoluzione dell'URSS nel 1991, mentre Blackwood (2015: 44-47) ha confrontato il LL di Perpignano e Rennes nel 2007 e nel 2014 (per ulteriori esempi cfr. Van Mensel/Vandenbroucke/Blackwood 2016: 441-442; Blackwood/Macalister 2020; Kallen 2023: 23, 219). Più sporadici sono gli studi che ricorrono a materiale storico per ricostruire LL di epoche più o meno remote, come Pavlenko (2010) per Kiev in diversi periodi, Spalding (2013) per la segnaletica di Cork tra il 1750 e il 2000, o Gilles/Ziegler (2019), che hanno studiato, da una prospettiva di linguistica storica, la trasformazione degli avvisi pubblici affissi in Lussemburgo tra il 1795 e il 1920 (per ulteriori esempi cfr. Komorowska 2014; Moore 2019; Guilat/Espinosa-Ramírez 2020). Il presente contributo si inserisce in quest'ultimo filone di ricerca, focalizzandosi non sulle tracce storiche presenti nel LL contemporaneo, bensì sulla rappresentazione di un LL appartenente a un'epoca passata, avvalendosi, in questo caso, di materiale filmico.

La ricerca sul LL nei film è ancora limitata e verte prevalentemente sui lungometraggi. Se da un lato Kajszczarek (2022) si concentra unicamente sul LL del film fantascientifico *Blade Runner* (1982) per poi estendere il proprio interesse al LL nei videogiochi, dall'altro Badstübner-Kizik (2018) introduce una classificazione del LL nella sua dimensione storica, includendo tra gli oggetti di studio anche i film.

Badstübner-Kizik (*Ivi*: 251 ss.) identifica innanzitutto due modalità di rappresentazione legate al rapporto temporale tra l'ambientazione e la produzione del film: la 'rappresentazione contemporanea' (*zeitgleiche Darstellung* o *Abbildung*),

in cui il periodo narrato coincide con quello delle riprese, e la '(ri)costruzione a posteriori' (*nachträgliche (Re)Konstruktion*), ove il LL viene ricreato per rappresentare un'epoca passata. Questa distinzione influisce sulla percezione di autenticità della rappresentazione: nella *zeitgleiche Darstellung*, il LL riflette segni realmente presenti nel periodo in cui è ambientata l'azione, conferendo un valore testimoniale alla narrazione; nella *nachträgliche (Re)Konstruktion*, l'autenticità dipende dalla precisione della ricostruzione, che può privilegiare un'aderenza storica o scegliere di enfatizzare aspetti simbolici. A tal proposito va sottolineato che, in questa sede, la distinzione tra LL 'autentico' e 'ricostruito' è un aspetto marginale, in quanto ogni film crea un mondo diegetico unico in cui gli spazi, pur apparendo realistici, risultano inevitabilmente adattati per rispondere a specifiche esigenze narrative (cfr. Vogt 2001: 12; Békési 2010: 27). Il fatto stesso che il LL in un film consista, di norma, di elementi selezionati intenzionalmente per la ripresa, mentre altri vengono esclusi dall'inquadratura e dunque non possono essere recepiti dal pubblico (cfr. Badstübner-Kizik 2018: 244 ss.), evidenzia come anche negli ambienti 'reali' la rappresentazione spaziale subisca una manipolazione funzionale alla narrazione (cfr. Dewald/Loebenstein/Schwarz 2010a: 13).

Secondo Badstübner-Kizik (2018: 246), al LL nei lungometraggi possono essere attribuite quattro funzioni principali:

- illustrativa (*illustrierende Funktion*): il LL serve da sfondo alla narrazione, contribuendo a definire l'identità dell'ambiente nel quale si svolgono gli eventi;
- commentativa (*kommentierende Funktion*): il LL accompagna la trama, spesso con un tono ironico o critico;
- narrativa (*handlungsrelevante Funktion*): il LL fornisce elementi indispensabili per comprendere lo sviluppo dell'azione;
- orientativa (*orientierende Funktion*): il LL consente ai personaggi e/o al pubblico di orientarsi nello spazio filmico.

Il presente contributo intende applicare tali categorie allo studio del LL viennese – finora esaminato soprattutto in relazione al plurilinguismo che contraddistingue la società contemporanea della capitale austriaca (cfr. ad es. Soukup 2020, 2021)[1] – così come viene rappresentato in una selezione di lungometraggi

[1] Si vedano inoltre i seguenti progetti: *Die Sprachlandschaft der Märzstraße (1150 Wien)*, <https://scholarblogs.emory.edu/german370a/die-sprachlandschaft-wiens/sprachlandschaft-maerzstrase/>; *Die Sprachlandschaft der Meidlinger Hauptstraße (1120 Wien)*, <https://scholarblogs.emory.edu/german370a/die-sprachlandschaft-wiens/die-sprachlandschaft-der-meidlinger-hauptstra-

(su Vienna come ambientazione cinematografica cfr. in particolare Békési 2010; Dewald/Loebenstein/Schwarz 2010a, 2010b).

3. Corpus e metodologia

La filmografia raccolta da Dewald/Loebenstein/Schwarz (2010b), comprendente 71 lungometraggi (> 60 minuti), 3 mediometraggi (15-60 minuti) e 4 cortometraggi (< 15 minuti) girati a Vienna tra il 1918 e il 2010, ha rappresentato un punto di partenza fondamentale per la costruzione del corpus. Per ottenere una prospettiva completa, sono stati presi in considerazione ulteriori 6 lungometraggi realizzati dopo il 2010. Questo insieme iniziale è stato successivamente ristretto applicando criteri quali la durata (> 60 minuti, in conformità con la definizione di 'lungometraggio' fornita da Enciclopedia del Cinema 2003), la centralità dell'ambientazione viennese (soprattutto degli spazi esterni) e la rilevanza del film nel panorama cinematografico internazionale. Attraverso questa selezione è stato possibile individuare 28 lungometraggi che costituiscono il corpus di analisi[2].

Per ragioni di spazio, il presente contributo si concentra su esempi tratti da tre film: *Il terzo uomo* (1949), *Quattro in una jeep* (1951) e *Il tabaccaio di Vienna* (2018). Questi lungometraggi risultano particolarmente rilevanti grazie al ruolo prominente della città di Vienna e alla presenza cospicua di segni linguistici nel LL. Inoltre, i film scelti consentono di ricostruire il LL di Vienna in periodi storici distinti: da un lato l'ascesa e la presa di potere nazista (*Il tabaccaio di Vienna*), dall'altro gli anni 1945-1955, in cui Vienna era divisa in quattro zone di occupazione (*Il terzo uomo* e *Quattro in una jeep*). Infine, i film scelti illustrano le due forme di rappresentazione identificate da Badstübner-Kizik (2018: 251 s.): *Il terzo uomo* e *Quattro in una jeep*, girati negli stessi anni in cui sono ambientati, offrono esempi di 'rappresentazione contemporanea', mentre *Il tabaccaio di Vienna* esemplifica la '(ri)costruzione a posteriori', essendo stato realizzato in tempi nettamente successivi agli eventi narrati.

Per rispondere alle domande di ricerca, sono stati raccolti gli *screenshot* delle scene in cui compare il LL viennese. Per ciascuna immagine è stato innanzitutto determinato il tipo di segno linguistico rappresentato, intendendo con 'segno' del LL "any sign or announcement located outside or inside a public

se-1120-wien/>; *In Wien gesprochene Sprachen*, <https://understandingvienna.com/de/in-wien-gesprochene-sprachen/>; *Forschungsprojekt ELLViA: English in the Linguistic Landscape of Vienna, Austria*, <https://homepage.univie.ac.at/barbara.soukup/ellvia.html> [20.11.2024].

[2] Per l'elenco completo dei film esaminati si rimanda alla filmografia in appendice.

institution or a private business in a given geographical location" (Ben-Rafael *et al.* 2006: 14). Partendo principalmente dalla classificazione di Scollon/Scollon (2003) relativa ai discorsi veicolati dal LL, sono state identificate le seguenti categorie:

- segni ufficiali, ad es. segnaletica toponomastica, segnaletica stradale, avvisi pubblici;
- segni privati, ad es. insegne commerciali, manifesti pubblicitari, annunci privati;
- segni trasgressivi, ad es. graffiti, ma anche elementi temporanei (*mobile signs*, cfr. Kasanga 2014) come striscioni e cartelloni.

Successivamente è stata esaminata la presenza linguistica, con un focus particolare sul tedesco austriaco. Per classificare determinati elementi come tipici del contesto austriaco, sono state consultate fonti lessicografiche quali Ebner (2008), *Duden*[3] e *Digitales Wörterbuch der Deutschen Sprache* (DWDS)[4]. Infine, si è riflettuto sulla funzione del LL rappresentato, applicando la categorizzazione di Badstübner-Kizik (2018).

4. Rappresentazione e funzione del LL nei film: analisi qualitativa

Nel presente paragrafo, verranno analizzati i principali esempi di LL nei tre film selezionati (§§ *4.1-4.3*) e saranno presentate riflessioni mirate a rispondere alle domande di ricerca (§ *4.4*).

4.1 Il terzo uomo (GB 1949)

Il terzo uomo è un *Trümmerfilm*[5] ambientato nella Vienna del secondo dopoguerra. Protagonista è lo scrittore americano Holly Martins, giunto nella capitale austriaca per incontrare il suo amico d'infanzia Harry Lime che, però, è (apparentemente) deceduto in circostanze misteriose. Durante le sue indagini, Martins scopre che Lime è ancora vivo ed è implicato nel contrabbando di penicillina adulterata.

[3] <https://www.duden.de/> [20.11.2024].
[4] <https://www.dwds.de/> [20.11.2024].
[5] Il termine indica un genere cinematografico tedesco nato subito dopo la Seconda Guerra Mondiale. I film di questo filone sono ambientati tra le rovine (*Trümmer*) provocate dalla guerra e rappresentano la devastazione fisica, morale e sociale della Germania (e, si potrebbe aggiungere, dell'Austria) nel periodo post-bellico.

Nei primi minuti del film, viene subito sottolineata la divisione di Vienna in quattro zone di occupazione, con l'inquadratura ravvicinata dei rispettivi cartelli di accesso (fig. 1-4).



Fig.1: Cartello di accesso alla zona di occupazione americana.
Il terzo uomo (1949), 00:02:25



Fig. 2: Cartello di accesso alla zona di occupazione britannica.
Il terzo uomo (1949), 00:02:27



Fig. 3: Cartello di accesso alla zona di occupazione sovietica.
Il terzo uomo (1949), 00:02:28



Fig. 4: Cartello di accesso alla zona di occupazione francese.
Il terzo uomo (1949), 00:02:30

I segni linguistici nelle fig. 1-4 sono riportati nelle lingue delle zone di occupazione corrispondenti, e sono preceduti da segni iconici che simboleggiano il rispettivo Paese. Nel caso della zona sovietica (fig. 3), dopo il cirillico *ВХОД*

В СОВЕТСКУЮ ЗОНУ, compare la traduzione tedesca *EINGANG IN DIE RUSSISCHE ZONE*[6]. Questi elementi del LL vengono introdotti all'inizio del film contribuendo a definire l'ambientazione, di conseguenza la loro funzione appare principalmente illustrativa. Tuttavia, la divisione di Vienna in zone di occupazione svolge un ruolo significativo nello sviluppo della trama – Harry Lime si muove clandestinamente da un settore all'altro per eludere la polizia – pertanto, in questo contesto, il LL assume anche, e forse soprattutto, una valenza narrativa.

Considerazioni analoghe sulla funzione (o le funzioni) del LL si applicano anche alla fig. 5. Qui i segni linguistici si trovano all'interno di stemmi che rappresentano, rispettivamente, gli Stati Uniti (*US ARMY* in alto, *AMERICAN PROVOST MARSHAL* in basso), la Gran Bretagna (*BRITISH PROVOST MARSHAL*) e la Francia (*ARMÉE FRANÇAISE* in alto, *PRÉVÔTÉ* in basso), mentre l'esercizio dell'autorità sovietica è simboleggiato esclusivamente da due segni iconici del partito comunista (la stella in alto, falce e martello in basso):



Fig. 5: Stemmi delle quattro potenze alleate. *Il terzo uomo* (1949), 00:02:32

Un esempio di funzione prettamente narrativa si riscontra nella fig. 6: il cartello inquadrato indica la destinazione del treno che Anna Schmidt, amante di Harry Lime, dovrebbe prendere per lasciare Vienna, dopo che Holly Martins ha accettato di collaborare con le autorità in cambio del permesso di farle lasciare la città.

[6] Si noti come l'aggettivo *советский* ('sovietico'), declinato all'accusativo femminile *советскую*, non sia stato tradotto con *sowjetisch*, bensì con *russisch*.



Fig. 6: Cartello che indica la destinazione del treno di Anna Schmidt. *Il terzo uomo* (1949), 01:22:47

Paris Est risalta come elemento centrale del LL, mentre le altre informazioni riportate sul cartello risultano poco leggibili, suggerendo che esse ricoprono una minore rilevanza narrativa.

Diversa è la funzione della segnaletica toponomastica nella fig. 7:



Fig. 7: Cartello di stazione. *Il terzo uomo* (1949), 00:03:02

Il cartello della stazione *WIEN – WEST BHF.* viene inquadrato all'inizio del film all'arrivo di Holly Martins a Vienna per fornire un riferimento spaziale fon-

damentale, e assolve dunque una funzione orientativa (di minore rilevanza è, invece, il codice *Th922548* visibile sulla locomotiva: il suo inserimento nella scena appare collaterale, pertanto la sua finalità è puramente illustrativa).

Analogamente, anche l'inquadratura dell'insegna *HOTEL SACHER* visibile nella fig. 8 svolge una funzione di orientamento spaziale, grazie allo status di riferimento iconico di questo albergo, ampiamente riconosciuto dal pubblico internazionale:



Fig. 8: Insegna commerciale con funzione orientativa. *Il terzo uomo* (1949), 00:49:00

Un esempio di funzione principalmente illustrativa è fornito dalle locandine e dai manifesti pubblicitari, che appaiono soprattutto nelle scene di inseguimento, come esemplificato nella fig. 9:



Fig. 9: Locandine e manifesti pubblicitari. *Il terzo uomo* (1949), 00:48:29

L'inquadratura non si sofferma sui segni linguistici, che dunque risultano difficilmente identificabili – ad eccezione del marchionimo *Haban Uhren* – poiché essi non richiedono di essere decifrati per comprendere la trama. La presenza dei manifesti pubblicitari, piuttosto, contribuisce ad aggiungere realismo alle ambientazioni esterne e sembra anche suggerire la volontà, da parte della società viennese, di superare il conflitto e riprendere le attività commerciali e culturali.

Allo stesso modo, le insegne commerciali, anch'esse visibili di frequente durante le scene di inseguimento, favoriscono una rappresentazione realistica dell'ambientazione e assolvono dunque una funzione illustrativa. Nella fig. 10, ad esempio, compaiono due segni linguistici di questa tipologia, di cui uno completo (*ALTE HOFAPOTHEKE*) e uno parzialmente leggibile (*HALDER*):



Fig.10: Insegna commerciale. *Il terzo uomo* (1949), 01:30:03

Svolge una funzione illustrativa anche la segnaletica stradale nella fig. 11, composta da un segnale di precedenza e un pannello integrativo sul quale è riconoscibile la scritta *Feldbahn*:



Fig. 11: Segnaletica stradale. *Il terzo uomo* (1949), 00:54:38

Particolarmente degni di nota sono i segni linguistici impiegati con funzione commentativa nella nota scena della ruota panoramica e nella sequenza successiva. Durante l'intero confronto tra Holly Martins e Harry Lime, ambientato in una delle gondole, è visibile il divieto *FREIES AUSSPUCKEN VERBOTEN* (fig. 12): esso non serve semplicemente come elemento di sfondo, ma acquisisce un valore simbolico nel commentare, attraverso il disgusto suscitato dal verbo *ausspucken*, il comportamento riprovevole di Harry Lime, che in questa scena propone all'amico di entrare anch'egli nel commercio illegale di penicillina adulterata.



Fig. 12: Divieto affisso nella gondola della ruota panoramica. *Il terzo uomo* (1949), 01:16:31

Nella fig. 13, accanto al divieto *Freies Ausspucken verboten*, appare un'altra segnaletica normativa, questa volta nelle tre lingue tedesco, inglese e francese: *RAUCHEN VERBOTEN | NO SMOKING | DÉFENSE DE FUMER*.



Fig. 13: Divieto affisso nella gondola della ruota panoramica. *Il terzo uomo* (1949), 01:17:35

Questo secondo cartello, pur potendo essere letto come un semplice elemento di ambientazione, e dunque con funzione illustrativa, potrebbe essere interpretato anch'esso in chiave commentativa ipotizzando che l'atto di fumare qui vietato, analogamente al *freies Ausspucken* della fig. 12, sia da intendersi come reazione – questa volta di nervosismo anziché di stizza o disgusto – alla proposta di Lime.

Non è senz'altro casuale che, nella scena immediatamente successiva, venga inquadrato il manifesto promozionale di un farmaco (fig. 14):



Fig. 14: Manifesto promozionale di un farmaco. *Il terzo uomo* (1949), 01:20:40

Del messaggio promozionale, è chiaramente riconoscibile soltanto il *claim GEGEN HUSTEN*, ma questo è sufficiente a rendere il prodotto immediatamente identificabile come farmaco. In questo caso, a differenza dei manifesti nella fig. 9, il LL svolge una funzione commentativa poiché mette in contrasto il circuito medico legale con il traffico illecito promosso da Lime, suggerendo in questo modo una riflessione etica e morale sulla condotta del personaggio.

4.2 Quattro in una jeep (CH 1951)[7]

Il titolo di questo secondo *Trümmerfilm* si riferisce ai quattro sergenti che facevano parte della pattuglia internazionale durante l'occupazione di Vienna (1945-1955), composta da un poliziotto militare per ciascuna delle potenze alleate vincitrici (cfr. Fischer 1985). I quattro protagonisti del film vengono incaricati di catturare Karl Idinger, un prigioniero evaso da un campo di detenzione sovietico, tuttavia i militari di Francia, Gran Bretagna e Stati Uniti decidono di aiutarlo a fuggire insieme alla moglie Franziska, provocando un conflitto con il sergente russo.

Come nel lungometraggio analizzato in precedenza, gli stemmi dei Paesi di occupazione appaiono all'inizio del film (fig. 15 e 16), svolgendo una funzione che risulta prevalentemente narrativa piuttosto che illustrativa, poiché la cornice storica offerta da questi elementi è cruciale per lo sviluppo della trama.



Fig. 15: Stemma britannico. *Quattro in una jeep* (1951), 00:02:02

[7] Il film è liberamente visionabile online: <https://www.youtube.com/watch?v=39D3-qPHbXg> [20.11.2024].



Fig. 16: Stemma francese. *Quattro in una jeep* (1951),00:02:06

Nelle sequenze successive compaiono quattro cartelli che segnalano la postazione delle jeep di ciascuno Stato occupante: nell'esempio riportato nella fig. 17, è ben leggibile *RUSSIAN ZONE*, seguito da *FRENCH ZONE* e *BRITISH ZONE*.



Fig. 17: Segnaletica delle postazioni delle potenze occupanti.
Quattro in una jeep (1951), 00:02:59

Segue un primo piano del cartello che segnala la postazione della pattuglia internazionale (fig. 18), sul quale appare la scritta *INTERNATIONAL PATROL*, preceduta dalle bandiere delle quattro potenze alleate:



Fig. 18: Cartello indicante la postazione della pattuglia internazionale.
Quattro in una jeep (1951), 00:03:35

La funzione di questa segnaletica istituzionale (fig. 17 e 18) può essere interpretata come narrativa, poiché i rapporti e i conflitti tra i protagonisti derivano direttamente dalla loro appartenenza alla forza di polizia internazionale in veste di rappresentanti dei rispettivi Paesi. Il fatto che i segni linguistici siano in inglese è legato al fatto che erano gli Stati Uniti a fornire il mezzo di trasporto alla pattuglia internazionale (cfr. Fischer 1985).

Il cartello nella fig. 19 presenta una scritta in cirillico (probabilmente *ГРАНИЦА ЗОНЫ / КОНТРОЛЬ ПАСПОРТА*, ma il testo esatto non è rilevante: essenziale è il rimando al settore sovietico, già implicito nel fatto che la scritta sia in cirillico) seguita dalla traduzione tedesca *ZONENGRENZE / PASSKONTROLLE*. In questa scena, il LL suggerisce che il protagonista stia pattugliando il confine del settore sovietico, e assume così una funzione orientativa:



Fig. 19: Segnaletica toponomastica lungo il confine del settore sovietico.
Quattro in una jeep (1951), 00:16:19

Come già osservato per *Il terzo uomo*, le insegne commerciali svolgono una funzione perlopiù illustrativa, fungendo da sfondo alla narrazione. A differenza del film precedente, tuttavia, è degno di nota che alcune insegne visibili in *Quattro in una jeep* contengano elementi riconducibili al tedesco austriaco. Ad esempio, l'insegna *TABAK TRAFIK* del chiosco di tabacchi nella fig. 20 è tipica del contesto austriaco: il sostantivo *Trafik* – un prestito dall'italiano *traffico*[8] – così come la sua forma estesa *Tabaktrafik*[9], sono infatti varianti austriache di *Tabakhandlung* o *Tabakladen*.



Fig. 20: Austriacismo (*Tabak*)*Trafik* in un'insegna commerciale. *Quattro in una jeep* (1951), 01:01:32

O ancora, si veda, tra le insegne commerciali nella fig. 21, *SPEZEREI KOLONIALWAREN*:



Fig. 21: Austriacismo *Spezerei* in un'insegna commerciale. *Quattro in una jeep* (1951), 01:22:10

[8] <https://www.duden.de/rechtschreibung/Trafik> [20.11.2024]. Cfr. anche Ebner (2008: 15).
[9] <https://www.duden.de/rechtschreibung/Tabaktrafik> [20.11.2024].

Kolonialwaren e *Spezerei* sono entrambi arcaismi (cfr. Ludwig 1997), ma mentre il primo non è connotato diatopicamente[10], il secondo viene (o veniva) usato soprattutto in Austria come sinonimo di *Delikatessen*[11].

Rimanendo nell'ambito della funzione illustrativa, val la pena soffermarsi sulla scena dell'arrivo di un treno che trasporta reduci di ritorno dalla prigionia sovietica. Da un lato, lo striscione *WIEN GRÜSST SEINE HEIMKEHRER* (fig. 22), sorretto dai familiari dei prigionieri sul binario, esprime la gioia della popolazione viennese nel riabbracciare i propri cari; dall'altro, i graffiti sul treno, *WIEN, MEIN WIEN NUR DU ALLEIN* (fig. 23) e *ENDLICH DAHEIM!* (fig. 24) trasmettono la profonda nostalgia dei reduci per la loro *Heimat*:



Fig. 22: Striscione della popolazione viennese all'arrivo del treno dei reduci. *Quattro in una jeep* (1951), 00:41:22



Fig. 23: Graffiti sul treno dei reduci. *Quattro in una jeep* (1951), 00:41:58

[10] <https://www.dwds.de/wb/Kolonialware?o=kolonialware> [20.11.2024].
[11] <https://www.dwds.de/wb/Spezerei?o=spezerei> [20.11.2024].



Fig. 24: Graffiti sul treno dei reduci. *Quattro in una jeep* (1951), 00:42:03

Nella fig. 24 è possibile individuare un'espressione riconducibile al tedesco austriaco: l'avverbio *daheim* in *ENDLICH DAHEIM!* rappresenta infatti una variante austriaca (ma anche bavarese e svizzera) di *zu Hause*[12].

La scena dell'arrivo del treno include la prospettiva di coloro che hanno atteso invano il ritorno dei propri cari, enfatizzata dalla presenza di cartelli con informazioni identificative quali il nome e la città di origine del prigioniero. Ne è riportato un esempio nella fig. 25: accanto alla fotografia del disperso, si distingue chiaramente il cognome *WEBER*, mentre altri dettagli si leggono con maggiore difficoltà in quanto meno rilevanti ai fini della rappresentazione:



Fig. 25: Cartello con informazioni su una persona dispersa. *Quattro in una jeep* (1951), 00:43:30

[12] <https://www.dwds.de/wb/daheim> [20.11.2024].

I segni linguistici del LL mostrati nelle fig. 22-25, classificabili come 'trasgressivi', servono da sfondo alla narrazione e non introducono elementi essenziali per comprendere la trama del film, collocandosi così nella sfera della funzione illustrativa. Tuttavia, essi contribuiscono in modo determinante a trasmettere la forte carica emotiva della scena: da un lato, la gioia e il sollievo per il ritorno dei prigionieri a Vienna e il ricongiungimento con i loro cari, e dall'altro, il dolore e l'incertezza di chi attende notizie dei propri familiari.

Nel lungometraggio non manca un esempio significativo di LL con funzione commentativa. Nelle sequenze finali del film ha luogo un inseguimento che culmina in un cantiere, dal quale Karl e Franziska Idinger riescono a fuggire grazie alla decisione condivisa dei quattro sergenti di lasciarli andare. In questa scena viene inquadrato per alcuni secondi il cartello di divieto *BAUSTELLE! EINTRITT STRENG VERBOTEN* (fig. 26). Questo segno normativo, che riflette il concetto di disciplina e rispetto delle regole, sembra offrire un commento ironico sul fatto che i protagonisti violino il divieto di accesso entrando nel cantiere. Tuttavia, questa violazione acquisisce un significato più profondo, poiché l'atto di infrangere il divieto da parte dei quattro militari rispecchia la loro decisione di trasgredire le regole del loro incarico, scegliendo consapevolmente di permettere la fuga di Karl Idinger anziché arrestarlo, come invece previsto dalle loro funzioni.



Fig. 26: Cartello con indicazione di divieto di accesso. *Quattro in una jeep* (1951), 01:33:14

Il segno linguistico diventa così un commento visivo sulle tensioni morali che attraversano l'intero film: esso mette in evidenza il contrasto tra le regole ufficiali

e le azioni dei protagonisti, rivelando una riflessione sulla loro moralità e sull'abilità di scegliere di disobbedire agli ordini in nome di altri principi, in questo caso la compassione.

4.3 Il tabaccaio di Vienna (A 2018)[13]

Basato sull'omonimo romanzo di Robert Seethaler (2012), *Il tabaccaio di Vienna* è ambientato nella capitale austriaca durante l'ascesa del nazismo. Il film narra la storia di Franz Huchel, un giovane proveniente da un villaggio rurale e trasferitosi a Vienna per lavorare nella tabaccheria di Otto Trsnjek. Franz, inesperto e ingenuo, stringe amicizia con alcuni clienti, tra cui il celebre psicoanalista Sigmund Freud.

Il film si caratterizza per la ricchezza di elementi del LL che, accuratamente ricostruiti per riflettere l'epoca rappresentata e inquadrati in numerose scene, svolgono un ruolo cruciale nel supportare la narrazione. Tra i segni più ricorrenti, spicca *Tabaktrafik* – austriacismo già individuato nel film precedente (fig. 20) – poiché la tabaccheria è il luogo di lavoro del protagonista. Essa appare frequentemente inquadrata insieme ad altre insegne commerciali, come si può osservare nella fig. seguente:



Fig. 27: Insegne commerciali. *Il tabaccaio di Vienna* (2018), 00:21:27

Il fermoimmagine nella fig. 27 è tratto dalla parte iniziale del film, ambientata nel 1937, dunque prima dell'annessione dell'Austria alla Germania nazista. Risultano

[13] Il film è liberamente visionabile online: <https://www.youtube.com/watch?v=lSg3S-eM_NU> [20.11.2024].

ben visibili le insegne commerciali *TABAK TRAFIK* e *FLEISCHEREI*, oltre ai cartelli che indicano i prodotti offerti dalla macelleria: *Blutwurst*, *Leberwurst*, *Innereien* e *Geflügel* sul cartellone sinistro, *Fleischwurst*, *Selchwaren* – variante bavarese e austriaca di *geräucherte Fleischwaren*[14] –, *Schinken* e *Aufschnitt* sul cartellone destro, nonché *Suppenknochen und Mark* sulla lavagna nera in basso. Sullo sfondo si notano inoltre due cartelli affissi alla facciata della tabaccheria e, sulla destra, una serie di manifesti. Questa abbondanza di segni linguistici contribuisce in modo significativo a introdurre l'ambientazione storica e culturale della trama, assumendo così, nella prima fase del film, una funzione prevalentemente illustrativa.

Successivamente, invece, il LL svolge un ruolo essenziale per determinare le coordinate temporali entro le quali si sviluppa l'azione narrativa, in particolare per quanto concerne le fasi dell'ascesa del nazismo. Un esempio eclatante è rappresentato dal graffito antisemita nella fig. 28, che testimonia il consolidamento del nazismo in Austria:



Fig. 28: Graffito antisemita. *Il tabaccaio di Vienna* (2018), 01:11:07

L'elemento principale del LL rappresentato in figura è la scritta antisemita *HIER KAUFT DER JUD!* che deturpa la vetrina e il cartello commerciale affisso alla facciata, reso parzialmente illeggibile. Questo segno trasgressivo contribuisce a una rappresentazione realistica dell'antisemitismo dell'epoca, ma riveste anche una funzione rilevante per la trama del film: il fatto che tra i clienti della tabaccheria vi siano alcuni ebrei, e che Otto Trsnjek simpatizzi con comunisti e socialisti, porterà il tabaccaio ad essere arrestato e a morire

[14] <https://www.enzyklo.de/Begriff/Selchwaren> [20.11.2024].

nelle segrete del quartiere generale della Gestapo. Si noti come, tra i prodotti elencati sul cartellone imbrattato e più volte inquadrato nel film – *Zigarren*, *Zigaretten*, *Rauchrequisiten*, *Zeitungs-Verschleiss*, *Ansichtskarten* –, compaia il sostantivo *Verschleiß*, che non va inteso nel suo significato di 'usura', 'logoramento' o 'consumo', bensì come variante austriaca di *Kleinverkauf*[15].

Se la scritta antisemita nella fig. 28 rappresenta la piena affermazione del nazismo in Austria, il susseguirsi degli eventi politici antecedenti l'annessione è reso visivamente attraverso manifesti politici e striscioni, che assolvono pertanto a una funzione narrativa. Le fig. 29-36 ne offrono alcuni esempi significativi.



Fig. 29: Manifesti affissi accanto alla tabaccheria. *Il tabaccaio di Vienna* (2018), 00:16:14

Il fermoimmagine nella fig. 29 è tratto dalla prima parte del film. Sulla destra si distingue un manifesto caratterizzato dalle tre bande rosso-bianco-rosso della bandiera austriaca, sul quale è leggibile distintamente *KLASSENLOTTERIE*. Probabilmente non è risaputo che la lotteria portò questo nome tra il 1920 e il 1938, prima di essere denominata *Ostmärkische Klassenlotterie* in seguito all'annessione ed essere poi inglobata nella *Deutsche Reichslotterie* nel 1939 (cfr. Czeike 2004: 98); tuttavia, il fatto stesso che siano presenti lo stemma del periodo austro-fascista (1934-1938) con l'aquila bicefala e, soprattutto, la bandiera austria-

[15] <https://www.dwds.de/wb/Verschlei%C3%9F?o=verschleiss> [20.11.2024].

ca – che sarebbe stata vietata dopo l'*Anschluss* – consente di collocare la scena prima dell'annessione[16].

Nella fig. 30 si distinguono alcuni manifesti orizzontali che recano la scritta *Ja!*. Si tratta di materiale propagandistico attraverso il quale Kurt Schuschnigg, leader del Fronte Patriottico (*Vaterländische Front*) e ultimo rappresentante politico a opporsi all'annessione dell'Austria alla Germania nazista, esortò la popolazione a votare 'sì' al referendum da lui indetto a favore di „ein freies und deutsches, unabhängiges und soziales, für ein christliches und einiges Österreich" (Prinz 2015). Poiché Schuschnigg aveva annunciato il 9 marzo 1938 che il voto si sarebbe tenuto il 13 marzo, per poi disdirlo il pomeriggio dell'11 – il giorno seguente sarebbe avvenuto l'*Anschluss* – la scena può essere collocata temporalmente nei giorni 10-11 marzo 1938.



Fig.30: Manifesti per il 'sì' al referendum annunciato da Schuschnigg.
Il tabaccaio di Vienna (2018), 00:49:49

Sui manifesti in cui campeggia a grandi caratteri la particella *Ja!*, è presente anche lo slogan *Mit Schuschnigg FÜR EIN FREIES ÖSTERREICH*, accompagnato da un'iconografia che raffigura tre persone nell'atto di issare la bandiera austriaca con la croce potenziata (*Kruckenkreuz*), simbolo distintivo del Fronte Patriottico. Un altro manifesto del medesimo partito, visibile nella fig. 30, mostra la croce potenziata accanto ai ritratti di Kurt Schuschnigg ed Ernst Rüdiger Starhemberg, già vicecancelliere ed esponente di spicco del Fronte Patriottico tra il 1934 e il

[16] Soltanto ingrandendo notevolmente l'immagine, è possibile leggere, sul manifesto della *Klassenlotterie* in alto a destra, l'anno 1936/37.

1936. Questi elementi visivi compaiono anche in sequenze successive, dove acquisiscono maggiore centralità nell'inquadratura e rimangono visibili per diversi secondi (fig. 31 e 32):



Fig. 31: Manifesti politici. *Il tabaccaio di Vienna* (2018), 01:01:38

Nelle fig. 31 e 32, gli slogan del Fronte Patriottico che promuovono l'indipendenza dell'Austria dalla Germania nazista risultano più evidenti e quindi più leggibili: da un lato, *Ja! Mit Schuschnigg FÜR EIN FREIES ÖSTERREICH* sul manifesto orizzontale e, dall'altro, *Österreich über alles* sotto alle raffigurazioni della croce potenziata e dei volti di Schuschnigg e Starhemberg. Questi manifesti politici, pur appartenendo al partito (ancora) in carica – il Fronte Patriottico sarebbe stato sciolto dai nazisti subito dopo l'annessione –, non sono esposti in una bacheca, ovvero in un contesto che ne conferirebbe un carattere istituzionale, ma sono affissi disordinatamente sui muri. Questa modalità di esposizione non conferisce loro un aspetto 'ufficiale', ma li rende, piuttosto, segni trasgressivi.

Nella fig. 31 è inoltre visibile una segnaletica toponomastica, *Blut Gasse*, che non sembra svolgere una funzione orientativa, poiché in questo contesto non è rilevante che i protagonisti si trovino in questa via specifica; piuttosto, essa pare alludere al sangue (*Blut*) versato dagli oppositori al regime nazista, evocando un presagio della violenza che sarebbe seguita dopo l'*Anschluss*. In questo senso, il segno linguistico *Blut Gasse* assume una funzione commentativa.



Fig.32: Manifesto del Fronte Patriottico "Österreich über alles".
Il tabaccaio di Vienna (2018), 01:01:59



Fig. 33: Insegne commerciali, manifesti e striscione di un dissidente.
Il tabaccaio di Vienna (2018), 01:05:25

Nel LL rappresentato nella fig. 33 si distinguono segni appartenenti a diverse tipologie: un segno trasgressivo, rappresentato dallo striscione del dissidente socialista, simbolo della resistenza al regime nazista; segni ufficiali, identificabili nei manifesti politici che si sovrappongono a quelli precedenti – come il manifesto della *Klassenlotterie* (cfr. fig. 29) – a scandire l'alternarsi delle correnti politiche; infine, segni privati, in particolare le insegne commerciali, tra cui spicca *ROSSHUBER SELCHEREI*. Quest'ultimo termine, analogamente a *Selchwaren* (cfr. fig. 27), deriva da *Selch* e rappresenta una variante bavarese e austriaca di *Fleisch- und Wursträucherei*[17].

[17] <https://www.duden.de/rechtschreibung/Selcherei> [20.11.2024].



Fig. 34: Lo striscione del dissidente Egon "il rosso". *Il tabaccaio di Vienna* (2018), 1:05:39

La funzione del LL nelle fig. 33 e 34, e in particolare dello striscione, è principalmente narrativa, poiché indica l'avvenuta annessione dell'Austria alla Germania nazista.

Nella fig. 35, le svastiche evidenti sui manifesti denotano la completa affermazione del nazismo in Austria:



Fig. 35: Manifesti con svastiche e iconografia nazista. *Il tabaccaio di Vienna* (2018), 01:47:10

sulla destra si distingue un manifesto con la scritta *1. Mai*, sotto la quale si legge verosimilmente *Tag der nationalen Arbeit*, il nome che i nazisti attribuirono alla festa del lavoro dopo averla proclamata festività nazionale nel 1933 in Germania e nel 1938 in Austria (cfr. Blume 2010). In questo contesto, il primo maggio assume un valore puramente temporale e non, ovviamente, di celebrazione social-comunista. Si noti inoltre il manifesto che riporta lo slogan *Der Reichsarbeitsdienst ruft!* Il *Reichsarbeitsdienst* fu un corpo ausiliario creato in Germania nel 1935 e introdotto in Austria nel 1938 che, soprattutto durante la Seconda Guerra Mondiale, sostenne l'esercito. La presenza di questi manifesti consente di collocare la scena nella primavera del 1939 o di qualche anno successivo.

Nei manifesti nella fig. 35, ma anche nella fig.36, sono riconoscibili, inoltre, esempi tipici dell'iconografia nazista: un uomo con la bandiera dell'*Ostmark* – il nome con il quale venne indicata l'Austria dopo l'*Anschluss* – e donne impegnate con il lavoro nei campi.

Il fermoimmagine nella fig. 36 è tratto dall'ultima scena del film, ambientata nel marzo 1945 poco prima del più devastante bombardamento aereo che colpì Vienna:



Fig. 36: Manifesti con iconografia nazista. *Il tabaccaio di Vienna* (2018), 01:48:31

come già osservato nelle fig. 33 e 35, è evidente come i manifesti più recenti abbiano progressivamente coperto quelli precedenti. In particolare, tre manifesti si sono sovrapposti al cartello originariamente affisso alla facciata della tabaccheria, che riportava l'elenco dei prodotti in vendita (cfr. ad es. fig. 29). Tra i manifesti, sia in bacheca che sulla facciata della tabaccheria, spicca il numero '38': in una sequenza antecedente (fig. 37), è possibile leggere, a un'osservazione attenta, la data '28 ottobre 1938'; si tratta del giorno in cui venne messo in atto un provvedimento, la cosiddetta *Polenaktion* (cfr. Tomaszewski 2002), in seguito al quale circa 17.000 ebrei polacchi furono espulsi dalla Germania. Sebbene questo dettaglio storico possa non essere di dominio comune, l'enfasi posta sul numero '38' sembra riflettere una scelta artistica consapevole, volta a richiamare il ruolo cruciale del 1938 nella storia delle persecuzioni ebraiche e, più in generale, in quella austriaca.

Tra i segni linguistici visibili nelle fig. 36 e 37, si trovano insegne e cartelloni commerciali, oltre a manifesti raffiguranti l'iconografia nazista, già analizzati in precedenza (cfr. fig. 35). A questi si aggiungono nuovi manifesti o adesivi, che in parte sovrappongono e coprono quelli preesistenti. Particolarmente rilevanti sono le pagine di giornale incollate ai vetri delle vetrine. Tra quelle visibili nella fig. 37, tratte dal quotidiano *Das Kleine Blatt*, si distinguono soprattutto le immagini rispetto al testo (del quale è chiaramente leggibile solo il titolo *Die Proklamation des Führers*): una fotografia raffigurante bombardamenti, che richiama il contesto bellico, e i ritratti in primo pia-

no del Führer e di Sigmund Freud, che incarnano le due opposte visioni ideologiche e morali che hanno segnato la storia di Vienna, e la formazione personale di Franz.



Fig. 37: Manifesti e fogli di giornale affissi alla facciata della tabaccheria.
Il tabaccaio di Vienna (2018), 01:48:10

4.4 Panoramica dei risultati e discussione degli esempi

Dall'analisi preliminare – durante la quale sono stati raccolti gli *screenshot* delle scene in cui compare il LL viennese e, per ciascuna immagine, è stato determinato il tipo di segno linguistico rappresentato (cfr. § 3) – è emerso che *Il terzo uomo* presenta il numero più elevato di segni linguistici in assoluto, mentre *Il tabaccaio di Vienna*, pur contenendone un numero inferiore, ne offre una maggiore varietà:

	segni ufficiali	segni privati	segni trasgressivi	segni ufficiali e privati	segni ufficiali e trasgressivi	segni privati e trasgressivi	segni ufficiali, privati e trasgressivi	totale
Il terzo uomo	15	28						43
Quattro in una jeep	10	10	9					29
Il tabaccaio di Vienna	4	8	3	5	2	1	3	26

Tab. 1: Numero di *screenshot* suddivisi per tipologia di segni linguistici

l'approccio di Pavlenko/Mullen (2015), focalizzato sulla dimensione diacronica del LL, consente di analizzare come i segni rappresentati nei lungometraggi selezionati veicolino i cambiamenti storici e le loro implicazioni socio-politiche: nei film *Il terzo uomo* e *Quattro in una jeep*, i cartelli e gli stemmi che rimandano alle zone di occupa-

zione (fig. 1-5 e 15-18) non si limitano a descrivere la divisione geopolitica di Vienna nel secondo dopoguerra, ma incarnano il clima politico del periodo, suggerendo la tensione tra le potenze alleate e il contesto locale. L'analisi diacronica del LL permette inoltre di osservare il contrasto tra epoche storiche successive, come nel *Tabaccaio di Vienna*, in cui la transizione dall'Austria pre-*Anschluss* al regime nazista è narrata attraverso la trasformazione del LL: i manifesti del Fronte Patriottico (fig. 30) lasciano progressivamente spazio alla propaganda nazista (fig. 35), in un cambiamento visivo che, oltre a documentare gli eventi storici, esprime il progressivo deterioramento della libertà e l'instaurazione del totalitarismo.

A tal proposito risulta particolarmente rilevante anche il concetto di *layering* (cfr. Scollon/Scollon 2003), che si applica in particolare al *Tabaccaio di Vienna*: i manifesti nazisti si sovrappongono ai segni del periodo precedente, riflettendo sì le trasformazioni politiche e sociali, ma suggerendo anche come il passato continui ad essere visibile nel presente, evocando dunque sia continuità che fratture culturali.

Per rispondere alle domande di ricerca, i risultati dell'analisi presentati nei §§ *4.1-4.3* sono stati sintetizzati nella tabella seguente:

lungometraggio	**n° figura**	**tipologia di segni**	**lingua/e**	**elementi del tedesco austriaco**	**funzione del LL**
Il terzo uomo (1949)	1	ufficiali	inglese	/	narrativa/ illustrativa
	2	ufficiali	inglese	/	narrativa/ illustrativa
	3	ufficiali	russo, tedesco	/	narrativa/ illustrativa
	4	ufficiali	francese	/	narrativa/ illustrativa
	5	ufficiali	inglese, francese	/	narrativa/ illustrativa
	6	ufficiali	tedesco	/	narrativa
	7	ufficiali	tedesco	/	orientativa
	8	privati	tedesco	/	orientativa
	9	privati	tedesco	/	illustrativa
	10	privati	tedesco	/	illustrativa
	11	ufficiali	tedesco	/	illustrativa
	12	ufficiali	tedesco	/	commentativa
	13	ufficiali	tedesco, inglese, francese	/	illustrativa/ commentativa
	14	privati	tedesco	/	commentativa

Quattro in una jeep (1951)	15	ufficiali	inglese	/	narrativa/ illustrativa
	16	ufficiali	francese	/	narrativa/ illustrativa
	17	ufficiali	inglese	/	narrativa
	18	ufficiali	inglese	/	narrativa
	19	ufficiali	russo, tedesco	/	orientativa
	20	privati	tedesco	(Tabak)Trafik	illustrativa
	21	privati	tedesco	Spezerei	illustrativa
	22	trasgressivi	tedesco	/	illustrativa
	23	trasgressivi	tedesco	/	illustrativa
	24	trasgressivi	tedesco	daheim	illustrativa
	25	trasgressivi	tedesco	/	illustrativa
	26	ufficiali	tedesco	/	commentativa
Il tabaccaio di Vienna (2018)	27	privati	tedesco	(Tabak)Trafik, Selchwaren	illustrativa
	28	privati e trasgressivi	tedesco	(Tabak)Trafik, Verschleiß	narrativa
	29	privati e ufficiali	tedesco	(Tabak)Trafik, Verschleiß	narrativa
	30	privati e ufficiali	tedesco	(Tabak)Trafik, Selchwaren	narrativa
	31	ufficiali/ trasgressivi	tedesco	/	narrativa/ commentativa
	32	ufficiali/ trasgressivi	tedesco	/	narrativa
	33	privati, ufficiali e trasgressivi	tedesco	Selcherei	narrativa
	34	trasgressivi	tedesco	/	narrativa
	35	privati e ufficiali	tedesco	Selcherei, (Tabak) Trafik, Verschleiß	narrativa
	36	ufficiali e trasgressivi	tedesco	(Tabak)Trafik	narrativa
	37	trasgressivi	tedesco	/	narrativa

Tab. 2: Sintesi dei risultati emersi dall'analisi

Osservando le funzioni del LL nelle scene analizzate, si nota come il LL svolga un ruolo cruciale soprattutto nella rappresentazione realistica della cornice politica, storica e sociale degli eventi, e dunque nella sua funzione illustrativa,

e/o fornendo elementi indispensabili per seguire lo sviluppo dell'azione, ovvero nella sua funzione narrativa. Più raramente il LL viene inquadrato per esprimere giudizi impliciti sulla condotta dei personaggi, dunque con funzione commentativa (ad es. nelle fig. 12 e 14), e ancor più sporadicamente per fornire coordinate spaziali, cioè con funzione orientativa (fig. 7, 8 e 19). L'analisi ha inoltre evidenziato una certa flessibilità delle categorie funzionali proposte da Badstübner-Kizik (2018), in quanto il LL può svolgere più funzioni simultaneamente (come si osserva ad es. nelle fig. 1-5 e 15-16).

Riguardo alla relazione fra tipologia di segni linguistici e funzione del LL, si osserva come segni linguistici appartenenti a categorie diverse possano coesistere nella stessa scena, creando un LL stratificato e complesso che non è sempre facilmente ascrivibile a una singola funzione. Mentre il LL nel suo insieme può svolgere una funzione predominante, i singoli segni possono assumere ruoli differenti: ad esempio, nelle fig. 28-33, caratterizzate perlopiù da una funzione narrativa, le insegne commerciali visibili contribuiscono a ricreare l'ambientazione, svolgendo principalmente una funzione illustrativa. Inoltre, i risultati suggeriscono che non esista una corrispondenza univoca tra segno e funzione, in particolare quando si tratta di segni ufficiali e privati: i primi possono svolgere una funzione illustrativa (ad es. fig.11), narrativa (6), orientativa (7) o commentativa (12), i secondi una funzione illustrativa (9), orientativa (8) o commentativa (14). I segni trasgressivi assolvono principalmente una funzione narrativa (31-34) o illustrativa (22-25).

Partendo proprio da quest'ultimo caso, ovvero i graffiti e gli striscioni visibili nella scena dell'arrivo del treno dei reduci in *Quattro in una jeep* (fig. 22-25) cui è stata attribuita la funzione illustrativa, sarebbe utile, a mio avviso, ampliare le categorie funzionali di Badstübner-Kizik (2018), introducendo una nuova chiave interpretativa che rispecchi il ruolo evocativo, emotivo e simbolico del LL. Considerando che il LL può essere inteso come una costruzione simbolica dello spazio pubblico (cfr. Ben-Rafael *et al.* 2006), si potrebbe integrare il modello esistente con una categoria aggiuntiva denominata 'funzione simbolico-evocativa' per descrivere quei segni che, pur non avendo un ruolo direttamente illustrativo, narrativo, orientativo o commentativo, richiamano atmosfere, sentimenti o valori simbolici. Ad esempio, i graffiti presenti in *Quattro in una jeep* (come *Endlich daheim!*) non si limitano a connotare l'ambientazione, ma evocano emozioni che contribuiscono in modo significativo alla costruzione del significato complessivo della scena. Analogamente, il manifesto con il numero '38', visibile nelle sequenze finali de *Il tabaccaio di Vienna* (fig. 36 e 37), assume un valore simbolico che sfugge alla classificazione attuale, ma che può essere interpretato efficacemente attraverso la prospettiva di una funzione

simbolico-evocativa. In questo contesto, si può supporre che non tutti i riferimenti storici veicolati dai manifesti visibili nel *Tabaccaio di Vienna* siano immediatamente riconosciuti dal pubblico, ma questo non è del tutto rilevante: è la loro stessa presenza, in particolare quella dei segni iconici che li contraddistinguono, a contribuire a evocare i fermenti e le trasformazioni politiche dell'epoca. In questo senso, gran parte dei manifesti presenti nel film può essere letta in chiave simbolico-evocativa.

Per quanto concerne la presenza linguistica, il LL riflette il contesto sociolinguistico e le ideologie linguistiche (cfr. Busch 2013) dei periodi storici in cui sono ambientate le rispettive pellicole: i segni plurilingui nelle fig. 3, 5, 13 e 19, che contengono elementi in inglese, francese e/o russo, rispecchiano la divisione della capitale austriaca in zone di occupazione dopo la Seconda Guerra Mondiale; il LL monolingue del *Tabaccaio di Vienna*, invece, rappresenta il tedesco come simbolo di unità nazionale e purezza culturale, incarnando, attraverso il monolinguismo, gli ideali di omogeneità etnica, culturale e linguistica promossi dal regime nazista.

Riguardo alla presenza del tedesco austriaco, sono stati identificati alcuni lessemi nei film *Quattro in una Jeep* e *Il tabaccaio di Vienna*. Nella maggior parte dei casi si tratta di sostantivi legati al settore commerciale (*Selcherei*, *Selchwaren*, *Spezerei*, *Tabaktrafik*, *Verschleiß*), visibili dunque in insegne e cartelli commerciali. In questo senso, rappresenta un'eccezione l'avverbio *daheim*, individuato tra i graffiti sul treno dei reduci in *Quattro in una jeep*. Considerando il ruolo centrale della tabaccheria nel film *Il tabaccaio di Vienna*, non sorprende che l'insegna *Tabak Trafik* sia frequentemente inquadrata[18]. Questi austriacismi contribuiscono essenzialmente a connotare l'ambientazione geografica e culturale in modo realistico, supportando così la funzione illustrativa del LL. L'insegna *Tabaktrafik* gioca inoltre un ruolo fondamentale nel collocare fin da subito la narrazione nel contesto specifico dell'Austria, distinguendolo da quello tedesco. Pertanto, l'insegna non solo contribuisce a situare temporalmente e geograficamente la trama, ma assume anche un'importanza narrativa, in quanto gli eventi storici che caratterizzarono specificamente l'Austria durante l'ascesa e il consolidamento del nazismo si riflettono direttamente nel corso degli eventi narrati.

5. Conclusioni

Il presente studio ha esaminato il *Linguistic Landscape* (LL) in tre lungometraggi girati e ambientati a Vienna, indagando la relazione tra tipologia di segni linguistici e funzione del LL, nonché la presenza linguistica, soprattutto del tedesco austriaco. L'analisi ha evidenziato che l'integrazione della prospettiva diacronica,

[18] Del resto, il titolo originale del film e del romanzo, *Der Trafikant*, contiene già un austriacismo <https://www.dwds.de/wb/Trafikant> [20.11.2024].

con particolare riferimento al concetto di *layering*, consente di approfondire la comprensione del ruolo del LL nei film, soprattutto come strumento in grado di rappresentare cambiamenti storici e sociali. Tale approccio arricchisce l'interpretazione del LL, concependolo come uno spazio stratificato, capace di rivelare continuità e fratture tra passato e presente.

Per quanto riguarda la prima domanda di ricerca, relativa alle funzioni svolte dal LL nei film analizzati, l'analisi ha confermato l'efficacia delle quattro categorie funzionali proposte da Badstübner-Kizik (2018). Tuttavia, i risultati suggeriscono la necessità di ampliare il modello esistente, proponendo una nuova categoria, la funzione simbolico-evocativa, che riconosca come il LL possa evocare atmosfere, emozioni e valori simbolici.

In relazione alla seconda domanda di ricerca, che esamina la correlazione tra tipo di segno e funzione del LL, i risultati indicano che non esiste una corrispondenza univoca tra segno e funzione: quest'ultima sembra dipendere principalmente da necessità narrative e scelte stilistiche, con la possibilità che uno stesso segno assuma funzioni diverse a seconda del contesto.

Per quanto riguarda la presenza linguistica nei film analizzati, il LL risulta prevalentemente monolingue. L'integrazione di segni in inglese, russo e francese contribuisce a riflettere la situazione politica dell'epoca – l'occupazione alleata dell'Austria negli anni 1945-1955 – , che gioca un ruolo rilevante nello sviluppo dell'azione. Inoltre, analogamente al tedesco austriaco, questi elementi aggiungono realismo alla narrazione.

In futuro sarebbe auspicabile estendere l'analisi a materiale filmico non di finzione, come documentari o filmati amatoriali, per valutare in che misura le categorie funzionali identificate possano essere applicate a contenuti audiovisivi di diversa natura. Inoltre, seguendo le osservazioni preliminari di Badstübner-Kizik (2018) sulle potenzialità didattiche del LL nei film, sarebbe interessante esplorare l'applicazione degli esempi trattati alla didattica del tedesco come lingua straniera (DaF), con particolare attenzione a tre aspetti: 1) l'acquisizione e il consolidamento di strutture lessicali e sintattiche del tedesco, 2) una comprensione più profonda degli eventi storici e politici che hanno interessato l'Austria, 3) la didattica del tedesco come lingua pluricentrica (cfr. Muhr 1996a, 1996b; Utri 2018)[19].

[19] Cfr. inoltre il corso MOOC *Il tedesco in prospettiva pluricentrica*, creato da Eva-Maria Thüne e Simona Leonardi, <https://lms.federica.eu/enrol/index.php?id=265> [20.11.2024].

Bibliografia

Ammon, Ulrich (1995), *Die deutsche Sprache in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Das Problem der nationalen Varietäten*, Berlin/New York: de Gruyter

Backhaus, Peter (2005), *Signs of multilingualism in Tokyo – a diachronic look at the linguistic landscape*. «International Journal of the Sociology of Language» 175-176, 103-121

Badstübner-Kizik, Camilla (2018), *Historische Linguistic Landscapes im Film*. In C. Badstübner-Kizik/V. Janíková (Hg.), *Linguistic Landscape und Fremdsprachendidaktik. Perspektiven für die Sprach-, Kultur- und Literaturdidaktik*, Berlin *et al.*: Peter Lang, 235-271

Békési, Sándor (2010), *Wien im Auftakt. Stadtansichten und urbane Räume als Opener*. In Ch. Dewald/M. Loebenstein/W.M. Schwarz (Hg.), *Wien im Film. Stadtbilder aus 100 Jahren*. Katalog zur 364. Sonderausstellung des Wien Museums, Wien: Czernin, 26-37

Ben-Rafael, Eliezer *et al.* (2006), *Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: the case of Israel*. In D. Gorter (ed.), *Linguistic Landscape. A New Approach to Multilingualism*, Clevedon: Multilingual Matters, 7-30

Ben-Rafael, Eliezer/Ben-Rafael, Miriam (2019), *Multiple Globalizations: Linguistic Landscapes in World-Cities*, Leiden: Brill

Ben-Rafael, Eliezer/Shohamy, Elana/Barni, Monica (2010), *Introduction: An Approach to an 'Ordered Disorder'*. In E. Shohamy/E. Ben-Rafael/M. Barni (eds.), *Linguistic Landscape in the City*, Bristolo: Multilingual Matters, xi-xxviii

Blackwood, Robert (2015), *LL explorations and methodological challenges. Analysing France's regional languages*. «Linguistic Landscape. An International Journal» 1, 38-53

Blackwood, Robert/Macalister, Robert (eds.) (2020), *Multilingual Memories: Monuments, Museums and the Linguistic Landscape*, London: Bloomsbury

Blume, Dorlis (2010), *Der 1. Mai – Tag der Arbeit*, <https://www.dhm.de/lemo/rueckblick/der-1-mai-tag-der-arbeit> [20.11.2024]

Busch, Brigitta (2013), *Mehrsprachigkeit*, Wien: Facultas (UTB)

Calvi, Maria Vittoria (2024), *Introduzione*. «Italiano LinguaDue» 16 (1), 641-646

Czeike, Felix (2004), *Historisches Lexikon Wien*. Band 4, Wien: Buchverlage Kremayr & Scheriau/Orac

Dewald, Christian/Loebenstein, Michael/Schwarz, Werner Michael (2010a), *Erzählte Stadt, gefilmtes Wien. Der Stadtraum als Handlungsraum im österreichischen und internationalen Kino*. In Ch. Dewald/M. Loebenstein/W.M. Schwarz (Hg.),

Wien im Film. Stadtbilder aus 100 Jahren. Katalog zur 364. Sonderausstellung des Wien Museums, Wien: Czernin, 12-17

Dewald, Christian/Loebenstein, Michael/Schwarz, Werner Michael (2010b): *Filmographie. Eine chronologische Übersicht der gezeigten Filme*. In Ch. Dewald/M. Loebenstein/W.M. Schwarz (Hg.), *Wien im Film. Stadtbilder aus 100 Jahren*. Katalog zur 364. Sonderausstellung des Wien Museums, Wien: Czernin, 253-289

Digitales Wörterbuch der Deutschen Sprache, <https://www.dwds.de/> [20.11.2024]

Duden, <https://www.duden.de/> [20.11.2024]

Ebner, Jakob (2008), *Österreichisches Deutsch. Wörterbuch der Gegenwartssprache in Österreich*, Mannheim/Zürich: Dudenverlag

Enciclopedia del Cinema (2003), *Lungometraggio*, <https://www.treccani.it/enciclopedia/lungometraggio_(Enciclopedia-del-Cinema)/> [20.11.2024]

Fischer, Karl (1985), *Die Vier im Jeep. Die Besatzungszeit in Wien 1945-1955*, Wien: Verein für Geschichte der Stadt Wien

Gilles, Peter/Ziegler, Evelyn (2019), *Linguistic-Landscape-Forschung in sprachhistorischer Perspektive: Zur Entwicklung visueller Kommunikate im öffentlichen Raum der Stadt Luxemburg im langen 19. Jahrhundert*. «Zeitschrift für Germanistische Linguistik» 47 (2), 385-407

Gorter, Durk (2006), *Introduction: The Study of the Linguistic Landscape as a New Approach to Multilingualism*. In D. Gorter (ed.), *Linguistic Landscape. A New Approach to Multilingualism*, Clevedon: Multilingual Matters, 1-6

Gorter, Durk/Cenoz, Jasone (2024), *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*, Bristol/Jackson: Multilingual Matters

Guilat, Yael/Espinosa-Ramírez, Antonio B. (2020), *A diachronic examination and interpretation of the street-signage transformation in Granada, Spain, during the transition to democracy (1975–83)*. In D. Malinowski/S. Tufi (eds.), *Reterritorializing Linguistic Landscapes: Questioning Boundaries and Opening Spaces*, London: Bloomsbury, 326-344

Henricson, Sofie/Syrjälä, Väinö/Bagna, Carla/Bellinzona, Martina (eds.) (2024), *Sociolinguistic Variation in Urban Linguistic Landscapes*, Helsinki: SKS

Kajszczarek, Dawid (2022), *Linguistic landscape in film works and video games*. «Homo Ludens» 1 (15), 65-79

Kallen, Jeffrey L. (2010), *Changing Landscapes: Language, Space and Policy in the Dublin Linguistic Landscape*. In A. Jaworski/C. Thurlow (eds.), *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*, London: Continuum, 41-58

Kallen, Jeffrey L. (2023), *Linguistic Landscapes. A Sociolinguistic Approach*, Cambridge: Cambridge University Press

Kasanga, Luanga A. (2014), *The linguistic landscape: mobile signs, code choice, symbolic meaning and territoriality in the discourse of protest*. «International Journal of the Sociology of Language» 230, 19-44

Komorowska, Hanna (2014), *Analyzing Linguistic Landscapes. A Diachronic Study of Multilingualism in Poland*. In A. Otwinowska/G. De Angelis (eds.), *Teaching and Learning in Multilingual Contexts: Sociolinguistic and Educational Perspectives*, Bristol: Multilingual Matters, 19-31

Ludwig, Klaus-Dieter (1997), *Archaismen und (k)ein Wörterbuch*. In K.-P. Konerding/A. Lehr (Hg.), *Linguistische Theorie und lexikographische Praxis. Symposiumsvorträge*, Heidelberg: Niemeyer, 69-81

Moore, Irina (2019), *Linguistic, ethnic and cultural tensions in the sociolinguistic landscape of Vilnius: a diachronic analysis*. 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, 229-263

Muhr, Rudolf (1996a), *Das Deutsche als plurizentrische Sprache: Zur Sprachrealität der deutschsprachigen Länder und zum Normbegriff im DaF-Unterricht*. «Die Unterrichtspraxis/Teaching German» 29, 137-146

Muhr, Rudolf (1996b), *Das Konzept ‚Deutsch als plurizentrische Sprache'. Die Konsequenzen für die Sprachpolitik, den DaF-Unterricht und die Sprachvermittlung*. «Germanistische Mitteilungen» 43-44, 239-256

Muhr, Rudolf/Schrodt, Richard (Hg.) (1997), *Österreichisches Deutsch und andere nationale Varietäten plurizentrischer Sprachen in Europa. Empirische Analysen*, Wien: Hölder-Pichler-Tempsky

Pavlenko, Aneta (2009), *Language conflict in post-Soviet linguistic landscapes*. «Journal of Slavic Linguistics» 17 (1-2), 247-274

Pavlenko, Aneta (2010), *Linguistic Landscape of Kyiv, Ukraine: A Diachronic Study*. In E. Shohamy/E. Ben-Rafael/M. Barni (eds.), *Linguistic Landscape in the City*, Bristol: Multilingual Matters, 133-150

Pavlenko, Aneta/Mullen, Alex (2015), *Why diachronicity matters in the study of linguistic landscapes*. «Linguistic Landscape» 1 (1-2), 114-132

Prinz, Claudia (2015), *Der „Anschluss" Österreichs 1938*, <https://www.dhm.de/lemo/kapitel/ns-regime/aussenpolitik/anschluss-oesterreich-1938> [20.11.2024]

Scollon, Ron/Scollon, Suzie Wong (2003), *Discourses in Place. Language in the Material World*, London/New York: Routledge

Soukup, Barbara (2020), *Survey area selection in Variationist Linguistic Landscape Study (VaLLS). A report from Vienna, Austria*. «Linguistic Landscape» 6 (1), 52-79

Soukup, Barbara (2021), *Spracheinstellungserhebung mit der „Linguistic Landscape-Guise Technique". Zur Wirkung von Dialekt und Standard in der österreichischen Sprachlandschaft*. «Wiener Linguistische Gazette» 89, 235-293

Spalding, Tom (2013), *Layers: The Design, History and Meaning of Public Signage in Cork and Other Irish Cities*, Dublin: Associated Editions

Tomaszewski, Jerzy (2002), *Auftakt zur Vernichtung. Die Vertreibung der polnischen Juden aus Deutschland 1938*, Osnabrück: Fibre

Utri, Reinhold (2018), *Die Plurizentrizität der deutschen Sprache(n) im Lichte der anthropozentrischen Linguistik und deren Konsequenzen für die Translatorik und die Fremdsprachendidaktik. Aspekte der nationalen Varietäten am Beispiel des Österreichischen Deutsch*, New York: Peter Lang

Van Mensel, Luk/Vandenbroucke, Mieke/Blackwood, Robert (2016), *Linguistic Landscapes*. In O. Garcia/N. Flores/M. Spotti (eds.), *The Oxford Handbook of Language and Society*, Oxford: OUP, 423-449

Vogt, Guntram (2001), *Die Stadt im Kino. Deutsche Spielfilme 1900-2000*, Marburg: Schüren

Filmografia

Donne viennesi (1923). Titolo originale: *Merry-Go-Round*. Paese di produzione: USA. Lingua originale: inglese. Film muto. Regia: Erich v. Stroheim, Rupert Julian. Durata: 110 min.

La congiura dei Valois (1923). Titolo originale: *Der junge Medardus*. Paese di produzione: Austria. Lingua originale: tedesco. Film muto. Regia: Michael Curtiz alias Mihály (Manó) Kertész (Kaminer). Durata: 89 min.

Café Elektric (1927). Titolo originale: *Café Elektric*. Paese di produzione: Austria. Lingua originale: tedesco. Film muto. Regia: Gustav Ucicky. Durata: 87 min.

Il grande amore (1931). Titolo originale: *Die große Liebe*. Paese di produzione: Austria. Lingua originale: tedesco. Regia: Otto Preminger. Durata: 78 min.

Amanti folli (1933). Titolo originale: *Liebelei*. Paese di produzione: Germania. Lingua originale: tedesco. Regia: Max Ophüls. Durata: 83 min.

Mayerling (1936). Titolo originale: *Mayerling*. Paese di produzione: Francia. Lingua originale: francese. Regia: Anatole Litvak. Durata: 89 min.

A tempo di valzer (1940). Titolo originale: *Operette*. Paese di produzione: Germania. Lingua originale: tedesco. Regia: Willi Forst. Durata: 106 min.

Wien 1910 (1943). Titolo originale: *Wien 1910*. Paese di produzione: Germania. Lingua originale: tedesco. Regia: E.W. Emo. Durata: 88 min.

Wiener Mädeln (1944/49). Titolo originale: *Wiener Mädeln*. Paese di produzione: Austria. Lingua originale: tedesco. Regia: Willi Forst. Durata: 109 min.

Il terzo uomo (1949). Titolo originale: *The Third Man*. Paese di produzione: Regno Unito. Lingua originale: inglese, tedesco. Regia: Carol Reed. Durata: 104 min.

Quattro in una jeep (1951). Titolo originale: *Die Vier im Jeep*. Paese di produzione: Svizzera. Lingua originale: inglese, tedesco, francese, russo. Regia: Leopold Lindtberg. Durata: 95 min.

Abenteuer in Wien (1952). Titolo originale: *Abenteuer in Wien*. Paesi di produzione: Austria, USA. Lingua originale: tedesco. Regia: Emil E. Reinert. Durata: 86 min.

Wien, du Stadt meiner Träume (1957). Titolo originale: *Wien, du Stadt meiner Träume*. Paese di produzione: Austria. Lingua originale: tedesco. Regia: Willi Forst. Durata: 95 min.

Operazione terzo uomo (1965). Titolo originale: *Schüsse im 3/4 Takt*. Paesi di produzione: Austria, RFT, Italia. Lingua originale: tedesco. Regia: Alfred Weidenmann. Durata: 92 min.

Lo strangolatore di Vienna (1971). Titolo originale: *Lo strangolatore di Vienna*. Paesi di produzione: Italia, RFT. Lingua originale: inglese, italiano. Regia: Guido Zurli. Durata: 79 min.

Nessuna pietà: uccidetelo! (1971). Titolo originale: *Und Jimmy ging zum Regenbogen*. Paesi di produzione: Austria, RFT. Lingua originale: tedesco. Regia: Alfred Vohrer. Durata: 133 min.

Scorpio (1973). Titolo originale: *Scorpio*. Paese di produzione: USA. Lingua originale: inglese, francese. Regia: Michael Winner. Durata: 114 min.

Gesù di Ottakring (1976). Titolo originale: *Jesus von Ottakring*. Paese di produzione: Austria. Lingua originale: tedesco. Regia: Wilhelm Pellert. Durata: 95 min.

Il lenzuolo viola (1980). Titolo originale: *Bad Timing*. Paese di produzione: Regno Unito. Lingua originale: inglese. Regia: Nicolas Roeg. Durata: 122 min.

007 – Zona pericolo (1987). Titolo originale: *The Living Daylights*. Paese di produzione: Regno Unito. Lingua originale: inglese. Regia: John Glen. Durata: 130 min.

Prima dell'alba (1995). Titolo originale: *Before Sunrise*. Paesi di produzione: USA, Austria, Svizzera. Lingua originale: inglese, tedesco, francese. Regia: Richard Linklater. Durata: 105 min.

Nordrand – Borgo Nord (1999). Titolo originale: *Nordrand*. Paesi di produzione: Austria, RFT, Svizzera. Lingua originale: tedesco. Regia: Barbara Albert. Durata: 103 min.

Slumming (2006). Titolo originale: *Slumming*. Paesi di produzione: Austria, Svizzera. Lingua originale: tedesco. Regia: Michael Glawogger. Durata: 96 min.

Il rapinatore (2010). Titolo originale: *Der Räuber*. Paesi di produzione: Austria, Germania. Lingua originale: tedesco. Regia: Benjamin Heisenberg. Durata: 96 min.

Museum Hours (2012). Titolo originale: *Museum Hours*. Paesi di produzione: Austria, USA. Lingua originale: tedesco, inglese. Regia: Jem Cohen. Durata: 106 min.

Mission: Impossible – Rogue Nation (2015). Titolo originale: *Mission: Impossible – Rogue Nation*. Paesi di produzione: USA. Lingua originale: inglese. Regia: Christopher McQuarrie. Durata: 131 min.

Woman in Gold (2015). Titolo originale: *Woman in Gold*. Paese di produzione: Regno Unito. Lingua originale: inglese. Regia: Simon Curtis. Durata: 110 min.

Il tabaccaio di Vienna (2018). Titolo originale: *Der Trafikant*. Paesi di produzione: Germania, Austria. Lingua originale: tedesco. Regia: Nikolaus Leytner. Durata: 113 min.

Annali. Sezione germanica 35 (2025), pp. 269-302 | ISSN 1124-3724

Barbara Häußinger

Erzählte Sprachlandschaften. Zur Einengung des öffentlichen Raumes in Zeitzeugeninterviews jüdischer Emigrant_innen nach Palästina

In numerous interviews of the so-called *Israel corpora*, which have been compiled in a sub-corpus, the speakers describe how they experience the progressive displacement from (semi-)public spaces, which is conveyed to them through the confrontation with anti-Semitic public signs or with the massive presence of National Socialist artefacts in public space. The linguistic-landscape research provides various parameters for the investigation of semiotic landscapes, which are to be linked with the instruments of narrative analysis in the present study in order to determine the spatial references and their function with regard to the organisation of the narrative process and the positioning of the self and others. To this end, interfaces between linguistic-landscape research, discourse analysis and narrative analysis are first identified. In the final, qualitative detailed analysis of an interview sequence from Anne Betten's conversation with Abraham Goldberg, it will be examined if the approach developed in this study can lead to relevant results.

Narrated linguistic landscapes.
On the narrowing of public space in contemporary witness interviews of Jewish emigrants to Palestine

[Linguistic Landscapes; space; forced migration; narrative analysis; positioning]

1. Einleitung

Im Mittelpunkt des vorliegenden Beitrages stehen Auszüge aus autobiographischen, narrativen Interviews mit jüdischen Sprecher_innen, die durch das NS-Regime politisch und rassistisch verfolgt und vornehmlich im Laufe der 1930er aus ihrer mitteleuropäischen Heimat in die Emigration oder in die Flucht nach Palästina/Israel getrieben wurden. Die Interviews sind Bestandteil der sog. *Israelkorpora*; unter dieser Bezeichnung sind drei von Prof. Dr. Anne Betten und ihren Mitarbeiterinnen erstellte Interviewkorpora sowie

umfangreiche Dokumentationsmaterialien versammelt, die auf der Website des *Archivs für Gesprochenes Deutsch* am Leibniz-Institut für Deutsche Sprache (IDS) in Mannheim abgerufen werden können[1].

Die facettenreichen, im Kontext der Emigration individuell sehr unterschiedlichen gemachten Lebenserfahrungen, über die die Sprecher_innen in den durchschnittlich zweistündigen Gesprächen berichten, kreisen hauptsächlich um drei thematische Schwerpunkte: Bei Erinnerungen an die deutschsprachige Heimat in Mitteleuropa stehen u.a. konfliktbeladene Ablösungsprozesse und antisemitische Erfahrungen im Zentrum[2], aber auch berührende Episoden einer glücklich erlebten Kindheit (Häußinger 2023b). Um einen zweiten thematischen Fokus – den des Transits – lassen sich Erzählungen anordnen, die von Stationen der Emigration oder der meist unter dramatischen Umständen erfolgten Flucht nach Palästina/Israel handeln[3]. Die Ankunft in der neuen Heimat, sowie der v.a. für ältere Menschen zumeist problematische Prozess des Neubeginns in einer aus sprachlicher, kultureller, sozialer, geographischer und klimatischer Perspektive mehrheitlich völlig unbekannten Umgebung bilden den dritten großen Themenbereich[4].

Dieser – wenn auch nur – grobkörnigen, thematischen Übersicht lässt sich entnehmen, dass die Zeitzeugeninterviews der *Israelkorpora* um *displacement*, Vertreibung und Umorientierung zentriert sind, weshalb sie als Migrationsnarrative lesbar sind. Anregungen aus dem *spatial turn*[5] und dem nachfolgenden *topographical turn*[6] aufgreifend, konnten jüngste Studien der soziolinguistisch ausgerichteten Narratologie zeigen, dass in solchen Migrationsnarrativen der räumlichen Dimension eine entscheidende Rolle zukommt[7]. Dies gilt namentlich für

[1] Vgl. dazu die Kurzbeschreibung des Korpus auf der Homepage des *Archivs für Gesprochenes Deutsch*, <https://agd.ids-mannheim.de/korpus_index.shtml> [15.04.2025]. Zum *Israelkorpus* s. zunächst Betten (1995) und Betten/Du-nour (2000); einen Überblick über die aktuelle Archivsituation geben u.a. Betten/Flinz/Leonardi (2023). Zur Entstehungsgeschichte und Archivierung der *Israelkorpa* gibt das *Interview mit Anne Betten* in Häußinger *et al.* (2023: 9-50) umfassend Auskunft.; eine vollständige, laufend aktualisierte Publikationsliste zu den drei Subkorpora ist über die Literaturdatenbank *Zotero* zu finden (<https://www.zotero.org/groups/2219390/israelkorpus/library>) [25.06.2025].

[2] Vgl. dazu u.a. Betten (1995: 31-118); Betten/Du-nour (2004: 77-154); Häußinger (2023a).

[3] Vgl. dazu u.a. Betten (2018).

[4] Vgl. dazu u.a. die Arbeiten von Betten (2013) und Leonardi (2022).

[5] Zum *spatial turn* vgl. u.a. Crang (2008) und Günzel (2010).

[6] Zum *topografical turn* vgl. u.a. Wagner (2010).

[7] Vgl. dazu u.a. Baynham (2003, 2009); De Fina (2003, 2009); De Fina/Tseng (2017).

Schilderungen disruptiver Erfahrungen, die an emotionales Erleben hoher Intensität gekoppelt sein können und als Wendepunkte im Leben erinnert werden[8]. Erzähler_innen konstruieren mithilfe solcher Erinnerungen die eigene Lebensgeschichte und verleihen ihr retrospektiv eine herausragende Bedeutung.

Für die vorliegende Studie nehme ich Anregungen aus diversen Untersuchungen zu den Israelkorpora auf, die den Stellenwert antisemitischer Erlebnisse im Kontext erzählter Diskontinuitäten hervorheben[9] und lege ihr einen kürzlich erstellten Subkorpus zugrunde[10]. Bei dessen Durchsicht fällt zunächst ins Auge, dass die Sprecher_innen immer dann vermehrt auf unterschiedliche, perzeptuelle Räume Bezug nehmen, wenn sie von antisemitischen Erfahrungen berichten. Neben akustischen Erinnerungsspuren – also etwa Beschimpfungen oder Bedrohungen[11] – werden leiblich, in der Interaktion mit anderen Personen erfahrene, aber v.a. visuell wahrgenommene Räume aufgerufen. Dabei handelt es sich z.B. um Auszüge, in denen die anlässlich des Anschlusses Österreichs an Hitlerdeutschland organisierten Großkundgebungen geschildert werden, in deren Verlauf politische Macht im öffentlichen Raum mittels der Aufmärsche uniformierter Menschenmassen und nationalsozialistischer Beflaggung in Szene gesetzt wurde; oder es handelt sich um Episoden, in deren Mittelpunkt die unmittelbare Konfrontation mit semiotischen Raummarkierungen steht, d.h. mit nationalsozialistischen Symbolen, bzw. mit Schildern, Aufstellern, Plakaten, Aufschriften oder Graffitis antisemitischen Inhalts, die jüdischen Menschen z.B. den Besuch einer öffentlichen Badeanstalt, eines Kinos oder die Benutzung einer Parkbank untersagen, bzw. ihre Präsenz zu einer unerwünschten Handlung deklarieren. In solchen Textpassagen drücken die Erzähler_innen Verstörtheit, Beängstigung und Desorientierung

[8] In den Arbeiten von Häußinger (2023a), Leonardi (2023b) und Thüne (2023) werden unter Rückgriff auf das Bachtinsche Konzept des *Chronotopos der Krise* Erzählungen untersucht, in denen Sprecher_innen des *Israelkorpus* und des Korpus FEGB (= Flucht und Emigration nach Großbritannien <http://agd.ids-mannheim.de/FEGB_extern.shtml> [01.06.2022]) von solchen Wendenpunkten berichten.

[9] S. dazu u.a. Betten (1995: 82-93), wo die Autorin Auszüge aus den Interviews mit antisemitischen Erlebnissen zusammengestellt hat, sowie Larrory-Wunder (2023) und Schwitalla (2016).

[10] S. dazu Häußinger (2023a). Für das Untersuchungskorpus wurden die beiden Subkorpora IS (*Emigrantendeutsch in Israel*) und ISW (*Emigrantendeutsch in Israel: Wiener in Jerusalem*) anhand von 21 Suchbegriffen durchforstet; dabei handelt es sich um Schlagwörter, die entweder Schrift- oder Symbolträger bezeichnen, bzw. ein nationalsozialistisches Symbol, oder um Lemmata aus bekannten antisemitischen Aufschriften, sowie Verbformen, die implizit auf ein Plakat, ein Schild, eine Aufschrift, eine Plakette verweisen können.

[11] Vgl. dazu u.a. Schwitalla (2016).

hinsichtlich rassistisch motivierter Stigmatisierungen und der damit korrelierenden Raumverengung aus, d.h. der Verdrängung aus bisher nutzbaren privaten oder (halb-) öffentlichen Räumen, die ihre Identität und Zughörigkeit zu einer sozialen Gruppe unmittelbar in Frage stellt.

Seit den Nullerjahren ist es die Disziplin der *linguistic-landscape*-Forschung, die sich unter Rückgriff auf Erkenntnisse der Raumsoziologie[12] und der von Scollon/Scollon entwickelten *geosemiotics* (2003, 2004) intensiv mit Raumfragen und insbesondere mit den von semiotischen Praktiken etablierten Diskursen im öffentlichen Raum beschäftigt. Nachstehend sollen anhand von Interviewpassagen aus dem oben beschriebenen Subkorpus Raumreferenzen und ihre Funktion hinsichtlich der Organisation des Erzählprozesses[13] sowie der Selbst- und Fremdpositionierung[14] der Sprecher_innen untersucht werden; es scheint daher lohnend, Parameter und Erkenntnisse aus der *linguistic-landscape*-Forschung heranzuziehen und mit der Erzählanalyse engzuführen.

Der Beitrag ist folgendermaßen aufgebaut: In Abschnitt 2 soll kurz skizziert werden, wie jüngste Forschungsansätze bestrebt sind, *linguistic-landscape* und Diskursanalyse zusammenzudenken, woraus sich mögliche Berührungspunkte mit der Erzählanalyse ableiten lassen. Abschnitt 3 widmet sich dann der Frage, welche Erkenntnisse und Parameter aus der *linguistic-landscape*-Forschung und den *geosemiotics* für die Erzählanalyse herangezogen werden können; anhand von Beispielen aus dem erstellten Subkorpus soll deren Anwendbarkeit auf in lebensgeschichtlichen Interviews erzählte semiotische Landschaften illustriert werden. In Abschnitt 4 folgt die qualitative Analyse einer Passage aus dem Interview von Kristine Hecker mit Abraham Goldberg. Der Beitrag schließt in Abschnitt 5 mit einer Diskussion der Ergebnisse und einem Ausblick auf weitere Forschungsperspektiven. Die Studie ist qualitativ ausgerichtet und verwendet das Instrumentarium der Erzählanalyse.

2. Schnittstellen zwischen *linguistic-landscape*-Forschung, Diskurs- und Erzählanalyse

Die Anfänge der Disziplin *linguistic-landscape* gehen auf eine Studie von Landry und Bourhis (1997) zurück, in der sie die Einstellung französischsprachiger Schüler_innen bezüglich mehrsprachiger Beschilderung in Quebec untersuchten.

[12] Vgl. dazu u.a. Goffman (1982) und Löw/Sturm (2005).
[13] Vgl. dazu u.a. Baynham (2003, 2009); De Fina (2003, 2009); zu Fragen der Positionierung in den Interviews des *Israelkorpus* s.u. Leonardi (2022, 2023) sowie Häußinger (2025).
[14] Zu Positionierung s. unten, Abschnitt *4.2.*

Die beiden Forscher definierten zum ersten Mal den Begriff *linguistic landscapes* und zeigten, dass Zeichen im öffentlichen Raum, in denen sich unterschiedliche Identitäten der lokalen Sprachgemeinschaften offenbarten, als *Sprachlandschaften* gelesen werden können.

Das Interesse des aus dieser Studie hervorgegangenen Forschungsbereiches konzentriert sich anfänglich auf die sprachliche Vielfalt in der Betextung des urbanen Raums und darauf, wie verschiedene Sprachen in Artefakte – Verkehrs- und Geschäftsschilder, Aufsteller, Aushänge, Plakate, Handzettel, Graffiti und Ähnliches – eingeschrieben sind[15]. Eine dezidiert quantitative Ausrichtung ermöglicht es, die Dominanz von bestimmten Sprachen, bzw. die Marginalisierung von Minderheitensprachen in einem bestimmten Umfeld zu dokumentieren.

Wie Tophinke/Ziegler (2019: 298) hervorheben, geht ein entscheidender Impuls zur Ausweitung der Forschungsperspektiven von Scollon/Scollon (2003) aus, die in *Discourses in Place. Language in the Material World* mit der Geosemiotik einen Ansatz entwickeln, der den Kontext bei der Interpretation von Zeichen miteinbezieht, also an der Schnittstelle von Semiotik und materieller Welt operiert (Seargeant/Giaxoglou 2020: 310). In den Fokus rücken neben den unterschiedlichen Kommunikationsweisen zwischen Zeichen und ihren Adressaten (z.B. Handlungsaufforderungen wie Gebote, Verbote oder Anweisungen), die Interaktionsordung zwischen Zeichen und Adressaten (Scollon/Scollon 2003: Kap. 3), die visuelle Semiotik (Formgebung und Layout der Zeichen (*ebd.* Kap. 4) sowie die Raumsemiotik (*ebd.* Kap. 8 und 9).

Gegenwärtig berücksichtigt die *linguistic-landscape*-Forschung alle Ausformungen semiotischer Repräsentation im öffentlichen Raum, weshalb u.a. auch *Landschaften* anderer Art[16] – *soundscapes* (Farina 2014), *skinscapes* (Peck/Stroud 2015) sowie *smellscapes* (Pennycook/Otsuji 2015) – untersucht werden[17]. Ein solch weitgespannter Ansatz ermöglicht es, Anknüpfungsperspektiven mit der Diskursanalyse und der Erzählanalyse auszuloten. Ausgangspunkt für solche Überlegungen ist die den drei Disziplinen gemeinsame Auffassung von

[15] Über diese anfängliche Ausrichtung der *linguistic-landscape*-Forschung und deren Ziele geben u.a. Shohamy/Gorter (2009) detailliert Auskunft.

[16] Ein Überblick über die diversen Landschaften sinnlicher Erfahrungen findet sich in Gorter (2018).

[17] Um dem breiter angelegten Forschungsgegenstand gerecht zu werden, bringen Jaworski/Thurlow (2010) als Alternative den Begriff *semiotic landscape* ins Spiel. Im Folgenden soll jedoch der Terminus linguistic landscape aufgrund seiner generellen Akzeptanz und seines umfassenden Bekanntheitsgrades (Seargeant/Giaxoglou 2020) beibehalten werden.

Sprache als wesentlichem Bestandteil der sozialen Handlungen und Praktiken, die aus dem Zusammenspiel und der Sinngebung verschiedener semiotischer und körperlicher Elemente hervorgehen (De Fina/Georgakopoulou 2020: 256). Die Zusammenführung von Sprache und anderen Ressourcen – wie Bildern, Gesten, Bewegung oder Raum – kann geleistet werden, wenn man, so die beiden Autorinnen (*ebd.*), eine posthumanistische, an materiellen Aspekten orientierte Perspektive einnimmt: In der Folge werden dann die Grenzen bisher getrennter Forschungsgebiete bei Auswahl der Analyseinstrumente und des Materials überschritten.

Die von der Geosemiotik angeregte Kontextualisierung von „*signs in place*" (Scollon/Scollon 2003), die mit der Frage einhergeht, „how the linguistic landscape is produced, consumed and commodified and how it is invested with meaning by those who experience it" (Seargeant/Giaxoglou 2020: 309), ist nicht nur für die Diskursforschung relevant. Besonders der Aspekt der Rezeption, also die Frage, wie Zeichen – Kommunikate, Artefakte – im öffentlichen Raum seitens der Adressaten gelesen und mit Bedeutung aufgeladen werden, ist für die soziolinguistisch orientierte Narratologie[18] von zentraler Bedeutung. So hebt De Fina (2009: 111) die Notwendigkeit hervor,

> to rethink space in narrative by shifting from a conception of orientation as a structural variable towards an understanding of spatialization as *an indexical process through which individuals, groups and institutions invest material space coordinates with social meanings.* (Hervorh. im Original)

Das Verständnis von Verräumlichung als indexikalischem Prozess führt hinsichtlich der diskursiven Konstruktion von Narrativen u.a. zu Fragen danach, was bestimmte Orte und Räume in Erzählungen darstellen, welche Orte und Räume als symbolisch ausgewählt werden sowie, welche Arten von Deutungen mit ihnen verbunden werden (*ebd.* 112). Auf dieser Basis lese ich die oft emotional stark gefärbten Schilderungen von der Konfrontation mit semiotischen Raummarkierungen in meinem Subkorpus als *erzählte Sprachlandschaften*.

Wichtig für meinen Ansatz, die Erzählanalyse mit Erkenntnissen aus der *linguistic-landscape*-Forschung zu verknüpfen, ist zudem, dass in einigen Arbeiten jüngeren Datums der *linguistic-landscape*-Forschung das Sprachlandschaften inhärente narrative Potential erkannt wird (Blommaert 2013; Seargeant/Giaxoglou 2020). Dabei greifen sie Impulse aus der Humangeographie auf, die hervorhebt, dass Räume nur „through the process of naming, surveying,

[18] Vgl. dazu u.a. Baynham (2003, 2009 und 2015), De Fina (2009).

mapping, and the writing up of trip logs and journals" (Tuan 1991: 687) zu Orten werden und insbesondere Ortsnarrative mit dem Leben und den Geschichten anderer Menschen verbunden sind, und zwar bezüglich dessen, was Massey (2005: 9) als *Raumzeiten* bezeichnet, d.h. der zeitgleichen Existenz der anderen im Raum als „a simultaneity of stories so far". Daher überrascht es nicht, dass auch aus der Perspektive der *linguistic-landscape*-Forschung die Engführung mit der Analyse lebensgeschichtlicher Interviews als vielversprechend erachtet wird:

> There are particularly fruitful connections between linguistic landscape and small story research […] whereby explorations of narrative landscapes encompass not only the life-stories associated with place-making but also those fragmented ephemeral moments of engagement-in-place with key events, past or present, which show a narrative orientation to the world. (Seargeant/ Giaxoglou 2020: 313)

Hinsichtlich der zu untersuchenden Interviewausschnitte, in denen die Sprecher_innen mehrfach von Konfrontationen mit semiotischen Raummarkierungen berichten, gilt es noch hervorzuheben, dass jenseits von Sprachlandschaften als komplexen Phänomenen, auch den einzelnen Zeichen oder Artefakten im öffentlichen Raum erzählerisches Potenzial attestiert wird – „signs in public space document complexity – they are visual items that tell the story of the space in which they can be found, and clarify its structure" (Blommaert 2013:16).

Die bisher – wenn auch nur stichpunktartig – aufgezeigten, transdisziplinären Annäherungsbewegungen auf theoretischer bzw. konzeptioneller Ebene zwischen den o.g. Forschungsdisziplinen sowie die in Abschnitt 1 angestellten, generellen Beobachtungen hinsichtlich der Bedeutung der topologischen Elemente in den Interviewauszügen des hier zugrunde gelegten Subkorpus, führen zu der Frage, welche Erkenntnisse und Parameter aus Sprachlandschaftsforschung und den *geosemiotics* für die Analyse operationalisiert werden können.

3. Der öffentliche Raum in der Sprachlandschaftsforschung und der Geosemiotik

Eine bedeutsame Errungenschaft der Sprachlandschaftsforschung liegt in der grundlegend revidierten Betrachtungsweise des öffentlichen Raumes. An die Stelle einer für lange Zeit gültigen Vorstellung von Raum als gegebene Größe, als „Behälter" (Läpple 1991: 166), in dem sprachliches Handeln stattfindet,

tritt ausgehend von de Certeaus (2006: 345) Unterscheidung von Raum und Ort – „Raum [ist] ein Ort, mit dem man etwas macht" – die Erkenntnis, dass

> [p]hysical space is also social, cultural and political space: a space that offers, enables, triggers, invites, prescribes, proscribes, polices or enforces certain patterns of social behaviour; a space that is never no-man's-land, but always somebody's space; a historical space, therefore, full of codes, expectations, norms and traditions; and a space of power controlled by, as well as controlling, people. (Blommaert 2013: 3)

Der öffentliche Raum wird demnach sowohl in seiner physischen als auch in seiner sozialen Dimension erfasst und somit als Ergebnis sozialer Praktiken verstanden. Es sind Zeichen, die den Raum zu Orten machen, die mit Erwartungen an Verhaltensregeln, sinnstiftende Praktiken und Formen der Interpretation gefüllt sind. Und die Nutzung solcher semiotisierten Räume – durch Prozesse des informellen Lernens, die als „*enskilment*" bezeichnet werden – zeigt, wie ein historisierter Raum auch Körper zu historisierten Akteuren im Raum macht (*ebd.* 15).

Wie in Abschnitt 4 erläutert werden soll, liefert ein solches Raumverständnis die Grundlage für die Interpretation der Raumreferenzen in den ausgewählten Interviewauszügen. Eine besondere Rolle spielt dabei die Tatsache, dass Zeichen im öffentlichen Raum sowohl einen semiotischen wie auch einen räumlichen Geltungsbereich haben. Wie Scollon/Scollon (2003: 84-105) anschließend an Kress/van Leeuwen (1996) feststellen, sind Zeichen, die in verschiedenen Formen und Kombinationen auftreten, als kommunikative *Affordanzen*, d.h. als Handlungsaufforderungen, zu lesen, die u.a. organisatorischen, regulatorischen, legitimatorischen oder informativen Charakter haben können. Unterschiedliche Erscheinungsformungen haben demnach unterschiedliche semiotische Geltungsbereiche, sodass – laut Blommaert (2013: 43) – unterschiedliche Adressaten angesprochen und selektiert werden.

Zeichen und Artefakte haben zugleich eine räumliche Wirkmacht, die Scollon/Scollon (2003: 142-165) als *emplacement* bezeichnen. Daher ist den Zeichen *an sich* nur eine latente Bedeutung inhärent: Erst wenn sie an einem bestimmten Ort platziert werden, entfalten sie ihre soziale und semiotische Reichweite. Bezogen auf den vorliegenden Interviewkorpus heißt das z. B., dass eine jüdische Person, die sich auf eine Parkbank setzen möchte, auf der steht *Nicht für Juden*, aufgrund der restriktiven Bedeutung dieser Beschriftung, als jemand angesehen werden kann, der gegen eine Regel verstößt, die diesem Raum eingeschrieben ist.

Führt man die semiotische und lokale Wirkmacht von Zeichen im öffentlichen Raum gedanklich zusammen, so wird deutlich, dass eine ihrer Hauptfunktionen in der Parzellierung und Abgrenzung von Räumen besteht: Sie unterteilen einen

größeren Raum in kleinere und kleinste Räume, in denen bestimmte Regeln hinsichtlich bestimmter Adressaten gelten, womit Fragen sozialer Identität und Zugehörigkeit zu gesellschaftlichen Gruppen aufgeworfen werden:

> This demarcating effect also defines identities by selecting possible addressees and making them potentially legitimate – or illegitimate – users of the demarcated space. Such categorizations are also social and political categories in the sense that they set the dynamics of power in public space through claims of entitlement to its use. (Seargeant/Giaxoglou 2020: 311)

Wie Blommaert (2013: 48) hervorhebt, werden diese Identitätszuschreibungen bei der Bewegung durch den semiotisierten öffentlichen Raum in der Regel nicht registriert. Erst in dem Moment, in dem der Nutzer einen bestimmten Raum als „*no-go area*" identifiziert – er realisiert also, dass die Zeichen ihn als *persona non grata* adressieren – wird er sich dessen bewusst, dass der Raum etwas mit ihm macht. Es sind solche – in den hier relevanten Interviewpassagen als dramatisch erinnerte – Momente der Bewusstwerdung, von denen die Sprecher_innen erzählen.

Ein weiterer, wichtiger Aspekt, der von der *linguistic-landscape*-Forschung und der Geosemiotik (Scollon/Scollon 2003; Tophinke/Ziegler 2019) aufgegriffen wird, betrifft die Kommunikation und die Interaktion im öffentlichen Raum, die nach festen Regeln verlaufen und damit Interaktionsordnungen folgen. Überlegungen zur Spezifität eines Ortes, an dem eine Interaktion stattfindet sowie zum ortsbestimmten Verhalten (Goffman 2021: 99-129) der interagierenden Personen, die sich gegenseitig wahrnehmen und beobachten, können dort für die Erzählanalyse relevant sein, wo in den Berichten über die Konfrontation mit semiotischen Raummarkierungen antisemitischen Inhalts Auseinandersetzungen mit anderen, feindselig eingestellten nicht-jüdischen Personen oder auch Nationalsozialisten thematisiert werden[19].

3.1 Begriffe und Parameter zur Analyse der Kommunikation im öffentlichen Raum und ihre Anwendbarkeit auf die Interviews

Die *linguistic-landscape*-Forschung hat eine Reihe differenzierter Parameter zur Klassifizierung von „Sehflächen" (Schmitz 2005), d.h. von text-bildlichen und

[19] S. dazu die prägnante Analyse von Larrory-Wunder (2023), die die Verschränkung von Raumbesetzung und sozialen Kategorien anhand eines Ausschnitts des Interviews von Anne Betten und Heinrich Mendelsson untersucht und dazu das Goffmansche Konzept der Interaktionsordnung heranzieht.

anderen visuellen Zeichen sowie Artefakten und ihrer Funktionen entwickelt[20]. Bevor ich in Kap. 4 der Frage nachgehe, mittels welcher sprachlicher Strategien die Erzähler_innen sich hinsichtlich der Veränderung im Zugang zu bzw. der Schrumpfung von öffentlichen Räumen sowie den damit einhergehenden Identitätszuschreibungen und Stigmatisierungen positionieren, möchte ich noch kurz auf diejenigen Merkmale eingehen, die bei der Engführung mit der narrativen Analyse relevant sein können. Da die vorliegende Studie nicht einen synchronisch beobachtbaren Raum, sondern erinnerte/erzählte Sprachlandschaften zum Gegenstand hat, sollen die relevanten Kriterien bzw. Funktionen anhand von Interviewauszügen aus dem erstellten Subkorpus illustriert werden (Häußinger 2023a: 100-101); die ausgewählten Beispiele vermitteln darüber hinaus einen Eindruck des emotionalen Erlebens, mit dem die Erinnerung an solche im Leben der Sprecher_innen oft einschneidenden Raumerfahrungen verbunden ist[21].

Wie oben bereits kurz angedeutet, bringt es die Eigenheit des Korpus mit sich, dass diverse Parameter nur punktuell und ggf. mithilfe des Ziehens von Inferenzen anwendbar sind. In diesem Sinne können die in den Interviewpassagen genannten Seeflächen hinsichtlich ihrer materiellen und medialen Beschaffenheit (Behr/Liedtke 2021: 373-375), ihrer Mobilität und Dauerhaftigkeit (Tophinke/Ziegler 2019: 304) sowie ihrer Indexikalität (Scollon/Scollon 2003: 225-244; Auer 2010: 276-280) und ihres *emplacements* (*ebd.* 142-165) sowie ihrer Funktionen erfasst werden, soweit die Sprecher_innen Auskunft darüber geben[22].

3.1.1 Materialität und Dauerhaftigkeit der Zeichen

Ihre Materialität betreffend können Zeichen bzw. Zeichenträger nach der Art ihrer Bearbeitung differenziert werden, je nachdem ob z.B. Schrift, Bilder oder Gravur aufgebracht wurden (Gilles/Ziegler 2019: 385); darüber hinaus unterscheidet man neben fest angebrachten Zeichen unfeste und leicht zu entfernende (z.B. Aufkleber) (Tophinke/Ziegler 2019: 304). Bezüglich ihrer Dauerhaftigkeit weisen die Autorinnen (*ebd.*) darauf hin, dass eine feste Anbringung auf eine in der Zeit beständige Gültigkeit verweisen kann.

[20] S. dazu u.a. Auer (2010); Blommaert (2013); Ben-Rafael *et. al.* (2006); Tophinke/Ziegler (2019); Behr/Liedke (2021).

[21] Zum Emotionsausdruck und der Verschränkung mit Raumfragen in den Interviews der Israelkorpora liegen zahlreiche Studien vor; s. dazu u.a. Leonardi/Thüne/Betten (2016); Häußinger 2023b; Leonardi (2025).

[22] In einigen Interviewsequenzen wird z.B. nur der Wortlaut eines Kommunikats, aber nicht der Zeichenträger genannt.

Ein Beispiel für ein Schild als ortsfesten, dauerhaft angelegten Schriftträger mit antisemitischer Aufschrift (*Juden unerwünscht*, Z. 016) findet sich in dem Interview von Kristine Hecker mit Getrud Fraenkel von 1989.

Auf die Frage der Interviewerin, wie sie zu dem Entschluss gelangte, nach Palästina auszuwandern, erzählt Fraenkel die folgende Episode, die ihr Ehemann als HNO-Arzt erlebte:

(1) Interview Kristine Hecker (KH) mit Gertrud Fraenkel (GF) (*17.05.1894 in Altenburg als Gertrud Neugarten), Jerusalem, 12.11.1989 (IS_E_00040, PID = http://hdl.handle.net/10932/00-0332-C3BC-149A-E201-4, 51 min 58 s – 53 min 56 s)

001 GF: Also da haben sie ihn nach Hause gerufen (Gott) er
002 sollte sich die Patientin ansehen und das war'n kleiner
003 Platz und da hat 'ne jüdische Familie uns gesagt, die
004 Leute hatten 'n Restaurant. Wenn sie nich da sind,
005 hängt 'n großes Schild „Juden unerwünscht". Wenn sie
006 kommen, wird das weggenommen und wenn sie weggehen
007 wird's wieder hingehängt. Das hat meinen Mann schon
008 geärgert. Aber gut, sie war Patientin. […] Und da dann
009 wurde er gerufen in 'ne Kranke zu Hause zu untersuchen
010 und da ham die Leute gsacht, er möcht bitte den Wagen
011 um die Ecke stellen, 's dürfte niemand sehn, dass sie
012 ihn gerufen haben. Worauf er geantwortet: „Ich bin kein
012 Krimineller, ich stelle meinen Wagen nicht um die Ecke.
014 Ich stelle meinen Wagen vor ihr Haus." Aber dann kam er
015 doch nach Hause und hat gesagt: „Weißte das hat keinen
016 Sinn mehr, wir gehen weg."

Hervorzuheben ist hier, dass der Schriftträger je nach Bedarf auf- und wieder abgehängt wird. Ist das Schild an der Wand platziert, so wird über eine direktive Sprachhandlung kommuniziert, dass der Zutritt zur Gaststätte seitens jüdischer Menschen zu unterbleiben hat. Mit dem Gebot der Unterlassung geht eine rassistische Stigmatisierung einher – und war durch die Zuweisung der jüdischen Identität an die Adressaten. Die Restaurantbesitzer als Zeichenproduzenten sind sich aber offensichtlich bewusst, dass die jüdische Identität nicht von der des Arztes zu trennen ist, weshalb sie das Schild entfernen, sobald der jüdische Arzt zur Visite erwartet wird: Die Indexikalität des Zeichens wird dann vorübergehend ausgesetzt.

Anders verhält es sich in Z. 008-014, wo Fraenkel von einer Auseinandersetzung zwischen ihrem Mann und nicht näher bezeichneten Angehörigen einer weiteren Patientin erzählt. Letztere fordern den Arzt auf, sein Auto nicht vor dem Haus

der Patientin zu parken. In dem Streit wird dem Auto des Arztes die Funktion eines Zeichenträgers im öffentlichen Raum zugewiesen. Es ist ein Artefakt, das auf die Präsenz seines jüdischen Besitzers verweist; die soll jedoch – wie wir durch das Ziehen von Inferenzen annehmen können – vor den Nachbarn verborgen bleiben. Was die Angehörigen verlangen – und von Fraenkels Mann empört zurückgewiesen wird – ist, dass er die ihm zuerst zugewiesene jüdische Identität wieder von sich abspalten soll: Er soll sie gewissenmaßen, im Auto lassen, das um die Ecke zu parken wäre, und er soll nur als Arzt, aber eben nicht als *jüdischer* Arzt agieren.

3.1.2 Medialität der Zeichen

Hinsichtlich der Medialität unterscheiden Behr/Liedtke (2021: 373-375) die Verwendung von schriftlichen oder bildlichen Bestandteilen, bzw. die Kombinationen aus beiden, auf den im öffentlichen Raum beobachtbaren Zeichen. In den vorliegenden Interviewauszügen, die aus dem Subkorpus *Emigrantendeutsch in Israel: Wiener in Jerusalem* (ISW)[23] stammen, finden sich mehrere Beispiele, in denen die Erzähler_innen über den ‚Anschluss' Österreichs an Hitlerdeutschland im März 1938 berichten, in denen die massive Präsenz nationalsozialistischer Symbolik thematisiert wird. In diesem Kontext unterstreichen die Sprecher_innen explizit die Omnipräsenz des Hakenkreuzes (bildliches Element) auf österreichischen Nationalfahnen (mobiler Zeichenträger) und verweisen implizit auf das Hakenkreuz, wenn sie von den Uniformen der Wiener Nationalsozialisten berichten, die in den Straßen Wiens unterwegs sind[24].

3.1.3 Mobilität, emplacement *und Indexikalität der Zeichen*

Neben der Mobilität der Zeichen – ein Zeichenträger kann z. B. fest an einem Gebäude oder auf einem mobilen Träger (Hakenkreuze auf Fahnen und Uniformen; Abschnitt *3.1.2*) angebracht sein – ist die Frage nach dem *emplacement* sowie der Indexikalität der beschriebenen Zeichen für diese Studie bedeutsam. Indexalische Zeichen sind ortsgebundene Zeichen, weshalb sie ihre semantische Wirkung nur durch und an dem Ort entfalten, an dem sie

[23] PID = <http://hdl.handle.net/10932/00-0332-C42A-423C-2401-D>.

[24] Auf unterschiedlichen Typen von Uniformen der NS-Organisationen findet sich die Hakenkreuzbinde. Vgl. dazu <https://www.dhm.de/lemo/bestand/objekt/uniformen-der-ns-zeit-1933-1945> [27.05.25].

sind (Auer 2010: 276-280); folgerichtig wird ihre Indexikalität dann außer Kraft gesetzt, wenn sie nicht an dem Ort befinden, auf den sie sich beziehen (Bsp. 1: das abgehängte Schild)[25].

In dem Interview von Monika Neuhofer und Eva Schmidhuber mit Anitta Goldschmidt nehmen die Erinnerungen an antisemitische Erlebnisse in ihrer Kindheit und Jugend, die sie in Wien verbringt, einen breiten Raum ein. Auf Nachfrage der Interviewerinnen berichtet sie von ihren Erlebnissen am Tag des ‚Anschlusses' und kommt dann unvermittelt auf den Tag vor ihrer Emigration zu sprechen.

(2) Interview Monika Neuhofer (MN) und Eva Schmidhuber (ES) mit Anitta Goldschmidt (AG), *12. 09. 1919 in Brünn (Tschechoslowakei) (geb. Anitta Berger). Jerusalem, 30.11.1998. (ISW_E_00007; PID = http://hdl.handle.net/10932/00-0332-C42F-8D5C-3901-5, 58 min 51 s – 1 h 00 min 42 s)

AG:Aber es ist mir am letzten Tag. Ich bin ausgewandert am 8., am 8. Juli sind wir weggefahren. Und am 7. Juli haben wir noch verschiedene Proviantsachen und Verschiedenes einkaufen wollen für die Reise. Und in unserer Gegend hat es kein jüdisches Geschäft gegeben, also ich musste hinauf auf den Kai. Dort gab es eine große jüdische Konditorei und äh Bonbongeschäfte und Biskuit, all diese Sachen. Und ich ging hinein, ich weiß nicht, ich äh / Es kommt mir heute lächerlich vor, denn ich seh absolut nicht nicht-jüdisch aus, aber ich ging hinein und man bedient mich nicht. Und ich frag hundertmal: „Vielleicht kann ich schon endlich einmal bedient werden?" Also endlich entschließt sich eine der Verkäuferinnen und sagt: „Ja also, was willst du?", und gibt mir die Sachen. Ich zahl und ich geh heraus, steht draußen ein SS-Mann. Und es gab diese Stempel, die so verschiedenen, ja, dieses ‚Arisches Schwein kauft bei Juden ein' und so verschiedene Sachen. Und mit so einem Stempel stand er da draußen. Und ich seh ihn, will zurück ins Geschäft, weil ich Angst gehabt habe, diesen Stempel zu bekommen, mit dem Stempel komm ich nicht über die Grenze am nächsten Tag.

[25] Daneben gibt es auch nicht-indexalische Zeichen, die „keinen spezifischen Bezug auf den unmittelbaren räumlichen Kontext" (Tophinke/Ziegler 2019: 304) haben, wie z. B. Produktwerbung auf Häuserwänden oder auch Graffiti.

Im Mittelpunkt der Erzählung steht die Episode mit dem Stempel (Z. 015-019), mittels dessen ein Angehöriger der SS nicht-jüdischen Kund_innen einer jüdischen Konditorei in Wien, die stigmatisierende Parole *Arisches Schwein kauft bei Juden ein* (Z. 017-018) aufdrückt; über Inferenzen lässt sich erschließen, dass es sich bei dem Zeichenträger hier um den Handrücken handeln dürfte, also um den – neben dem Gesicht – im öffentlichen Raum am sichtbarsten Körperteil. Der gestempelte Wortlaut zielt darauf ab, ein von dem Nazi-Regime unerwünschtes Verhalten – den Einkauf in jüdischen Geschäften[26] – zu denunzieren.

Die Hautoberfläche als Teil des Körpers wird mit der aufgestempelten Parole zum Träger eines mobilen, semipermanenten, indexalischen Zeichens, das erst ob seiner Kontiguität zwischen Hautoberfläche und „intendiertem Referenten" (Auer 2010: 277) – die nicht-jüdische Person, die in einem jüdischen Geschäft einkauft – Bedeutung erlangt. Solange der Stempel im (halb-)öffentlichen wie auch im privaten Raum sichtbar ist und nicht entfernt oder verborgen wird, stigmatisiert er den Träger oder die Trägerin rassistisch[27].

Es handelt sich um eine sekundäre Stigmatisierung, die über eine Tiermetapher erfolgt, mittels derer jüdische Menschen traditionell als minderwertige, da nicht menschliche Wesen konzeptualisiert werden. In diesem Fall ist es jedoch der nicht-jüdische Mensch, dem das Menschsein abgesprochen wird – und zwar, weil er mit jüdischen Menschen durch den Einkauf in Kontakt tritt: Über eine zweite Metapher, die Virusmetapher, deren semantisches Merkmal ANSTECKEND aktiviert wird, zeigt sich das Perfide der Exklusionshandlung, die mit dem Stempel kommuniziert wird und die letztlich auf die Isolation der jüdischen Bevölkerung zielt.

Die Erzählerin verleiht anschließend ihrer Sorge Ausdruck, beim Verlassen der Konditorei, einen solchen Stempel aufgedrückt zu bekommen, obwohl ihr äußeres Erscheinungsbild dem Stereotyp einer jüdischen Person entspricht. Der Stempel hätte sie zwar als die falsche Person adressiert, aber ihre für den nächsten Tag geplante Ausreise verhindern können. Sie springt daher auf eine vorbeifahrende Straßenbahn und kann sich so einer wahrscheinlichen Brandmarkung entziehen.

[26] Die beschriebene Stempelaktion erinnert an ähnliche Aktionen, die während des Boykotttags vom 1.4.1933 durchgeführt wurden, der nach der ‚Machtergreifung' der Nationalsozialisten als die erste, auf nationaler Ebene in Deutschland organisierte Gewaltaktion gegen die jüdische Bevölkerung gilt.

[27] Zu Stigmatisierung von jüdischen Personen mittels metaphorischer Ausdrücke s. unten, Abschnitt *4.3*.

3.1.4 Diskursive Funktionen der Zeichen

Wie Scollon/Scollon (2003: 20f.) ausführen, können Zeichen regulatorische, infrastrukturelle, kommerzielle und transgressive Funktionen im öffentlichen Raum erfüllen. Daneben finden sich in der einschlägigen Literatur u.a. noch Hinweise auf unterhaltsame Funktionen (Tophinke/Ziegler 2019: 304) oder expressive und informative Funktionen sowie auf Mischformen (Behr/Liedke 2021: 378).

Im vorliegenden Untersuchungskorpus erinnern sich diverse Sprecher_innen an mit Schrift bearbeitete, ortsfeste Zeichenträger, die mehrheitlich eine regulatorische Funktion erfüllen und die grammatikalisch u.a. in Form von Nominalphrasen mit einem adverbial gebrauchten Adjektiv sprachlich realisiert sein können (in Beispiel 1: *Juden unerwünscht*).

Mittels solcher antisemitischer Schildaufschriften, die direktiven Sprechakten entsprechen, wird produzentenseitig (d.h. seitens der Kommunen, bzw. privater Eigentümer von Geschäften oder Dienstleistungsbetrieben, die sich ab 1938 auf eine nationale Gesetzgebung stützen können), die Nutzung des (halb-)öffentlichen Raums – also der Besuch von Restaurants, Kinos, Bibliotheken, Schwimmbädern, Theatern sowie die Benutzung von Parks und Bänken – für die jüdische Bevölkerung zunehmend eingeschränkt und ihr schließlich völlig untersagt.

Eine Ausnahme hierzu bildet z.B. die in Häußinger (2023a: 108-113) im Detail analysierte, an eine Hauswand in Vietz[28] aufgemalte Wahlkampfparole von 1927 – *Wir bauen eine Einbahnstraße nach Palästina* –, von der Moshe Ballhorn im Interview mit Anne Betten erzählt[29]. Hier handelt es sich nicht um ein indexalisches und regulatorisches, sondern vielmehr um ein illegal emplatziertes, transgressives Zeichen, das produzentenseitig einen „Akt […] der Selbstermächtigung“ (Ziegler 2013: 22) seitens einer antisemitischen politischen Gruppe darstellt, die sich bereits vor 1933 kommunikativer Ein- bzw. Ausschlusspraktiken bedient, welche dann im Dritten Reich in allen gesellschaftlichen Bereichen vorherrschend sind (Kämper 2019: 23). Wie häufig bei transgressiven Zeichen beobachtet werden kann (Tophinke 2016, 2019), ist auch im Falle dieses erinnerten Graffitis *ante litteram* eine Deutbarkeit nicht unmittelbar gegeben. Vielmehr verlangt die beträchtliche Distanz zwischen der wörtlichen Bedeutung – *Wir bauen eine Einbahnstrasse nach Palästina* – und dem Gemeintem – , bei uns in Deutschland ist kein Raum für Juden‘ – das Ziehen

[28] Heute: Witnica (Polen).

[29] Interview Anne Betten mit Herrn Moshe Ballhorn (ehem. Max Ballhorn, *23.12.1913 in Berlin),Tiberias, 01.07.1990 (IS_E_00006; PID = <http://hdl.handle.net/10932/00-0332-C3AA-EE5A-9901-8>, 13 min 57 s – 15 min 15 s).

von Inferenzen sowie ein erhebliches Maß an Aktivierung von (historischem) Welt- und Regelwissen, um die herabwürdigende Bedeutung der Aufschrift zu dekodieren[30]: Zum einen wird die Gruppe der Angesprochenen (‚die Juden') nicht direkt, sondern metonymisch vermittelt über das Toponym *Palästina* aufgerufen; zum anderen die ist die rassistisch motivierte Exklusion über die Referenz auf das Verkehrsschild *Einbahnstraße* als Reise nach Palästina ohne die Möglichkeit einer Rückkehr metaphorisch kodiert.

Hakenkreuze als politische Symbole des Nationalsozialismus auf Armbinden und Fahnen, wie in Abschnitt *3.1.2* illustriert, können dagegen sowohl informative (Markierung der Zugehörigkeiten zur NSDAP, bzw. zu anderen nationalsozialistischen Organisationen wie z.B. die SS, seitens der Träger von Armbinden) als auch infrastrukturelle Funktionen erfüllen, indem sie die Macht des Hitlerregimes im öffentlichen Raum demonstrieren, wie Falle der Hakenkreuzfahnen bei Massenaufmärschen[31]. In beiden Fällen handelt es sich um kommunikative Ein-, bzw. Ausschlusspraktiken[32].

4. Identität und Parzellierung des öffentlichen Raumes

4.1 Die Erzählung von Abraham Goldberg

Abraham Goldberg wird 1923 in Altenburg (Thüringen) geboren. Seine Eltern entschließen sich Ende 1938 nach Lemberg (damals Polen) auszuwandern. Zusammen mit dem Vater wird er 1941 in das KZ Lemberg-Janowska gesperrt. Aufgrund des couragierten Einschreitens der Mutter, die einen deutschen Hauptmann davon überzeugt, sich für die Beiden zu verwenden, können Vater und Sohn das KZ verlassen. Nach dem Krieg kommen sie nach Berlin; 1949 wandert Abraham Goldberg nach Israel aus.

Dem unten folgenden Abschnitt geht eine Passage voraus, in der die Interviewerin Kristine Hecker Abraham Goldberg nach Zukunftsplänen und eventuellen Berufswünschen in seiner Jugend fragt. Goldberg kann sich aber mit Hinweis auf sein junges Alter nicht genau erinnern. Die Frage der Interviewerin

[30] Zu pragmatischen Fragestellungen hinsichtlich der Kommunikation im öffentlichen Raum vgl. Ehrhardt (2020 und 2021).

[31] Zur Macht im öffentlichen Raum s. Schmitz (2018); zur visuellen Inszenierung von Macht des NS-Regimes im öffentlichen Raum s. Koop (2017).

[32] S. Kämper (2019: 23), die auf die Notwendigkeit hinweist, eine „kulturlinguistische Analyse" des Raumdiskurses im dazu Nationalsozialismus durchzuführen, wobei der „Ansatz der linguistic landscape […] im Zusammenhang mit Inklusions-/Exklusionsstrategien den wichtigen Bereich der öffentlichen Beschilderung, Straßen und Gebäudenamen etc. erschließen [kann]".

löst jedoch eine andere Kindheitserinnerung aus, in deren Mittelpunkt die Konfrontation mit antisemitischen Verbotsschildern steht:

(3) Interview Kristine Hecker (KH) mit Abraham Goldberg (AG) (*09.11.1923 in Altenburg als Adolf Goldberg), Ramat Gan, 04.07.1990 (IS_E_00051; PID = http://hdl.handle. net/10932/00-0332-C3C5-BBBA-FC01-5, 28 min 22 s – 31 min 11 s)

AG: Andererseits kann ich mich aber an verschied/ als Kind an verschiedene Sachen erinnern, die mir damals schon äh aufgefallen sind und die mir damals irgendwie viel Kummer bereiteten, also als jüdisches Kind.
KH: Ja.
Zum Beispiel es gab in Altenburg gab es zwei oder drei Kinos. Und äh damals Jugendliche gab […] also ging noch nicht. Ich war damals noch ein Kind. Ich war damals zehn, elf Jahre alt, und jeden Sonntagnachmittag um zwei war eine Jugendvorstellung. Und natürlich das kostete damals, ich glaube anderthalb Mark […] hat das Kino gekostet. Natürlich, mein Vater gab mir Geld, und ich bin gern ins Kino gegangen. Und eines Tages, das war vierunddreißig, kam ich zum Kino, steht 'n großes Schild: „Juden und Hunden Eintritt verboten!" Tja. Bin ich zurück nach Hause gegangen. Sag ich: „Papa, die lassen mich nicht rein ins Kino! Da stand -." Sagt er: „Du Dummkopf! Wer weiß denn, dass du Jude bist. Wer weiß denn das, das sieht man doch nicht. Geh und geh. Hier hast du die anderthalb Mark. Geh zurück und kauf dir 'ne Karte!" Da bin ich zurückgegangen, hab mir eine Karte gekauft und bin ins Kino gegangen. Aber die nächste Woche, am Sonntag, als ich hingekommen bin, da sagt mir der, ähm der Kassierer, der Kassierer sagt dort: „Du kriegst keine Karte! Du bist 'n Jude!" Hat wahrscheinlich irgendeins von den Kindern schon erzählt, dass ich Jude bin. Und so weiter. Und ich konnte nicht mehr ins Kino gehen. Das war das. Aber das war noch nicht so schlimm wie das Schwimmen! Ich schwimme sehr gerne, auch heute noch. Und es gab natürlich ein großes äh Schwimmbad also ein städtisches Schwimmbad in Altenburg. Und ich war Freischwimmer und ich bin jeden im Sommer jeden Nachmittag schwimmen gegangen, bis eines schönen Tages ein großes Schild da war: „Juden und Hunden Zutritt verboten!" Erstens: Ich weiß nicht, warum die Juden mit 'n Hunden immer zusammengingen, denn schließlich die

037 Hunden Hunde die Leute haben die Hunde gerne gehabt. Und
038 aber das ging immer zusammen. Juden und Hunde. Und äh ich
039 komme nach Hause, da habe ich schon geweint und gesagt:
040 "Was schwimmen darf ich auch nicht mehr gehen? Ich kann,
041 nicht mehr baden gehen!" Der Vater gesagt: „Da weißt'
042 was" – wir hatten damals ein kleines Auto. Es gab damals
043 die Opel P4, das waren die kleinen Opels, sagt er, wir
044 fahren am Sonntagnachmittag raus in irgendein Dorf hier
045 in der Umgegend. Da sind überhaupt keine Juden, und da
046 gibt es überall gibt es ja Schwimmbäder. Und wir baden
047 dort!" Gut, wars zufrieden. Am Sonntag sind wir
048 rausgefahren, dort in eins von diesen Dörfern […]. Also,
049 wir sind dort gegangen, gebadet, war alles schön und gut.
050 Nächste Woche kommen wir wieder hin Sonntag, ist 'n Schild
051 da: „Juden und Hunden Zutritt verboten!" Und so haben wir
052 während eines halben Jahres vielleicht zehn Dörfer
053 abgegrast […]. Immer konnten immer eine Woche baden, die
054 zweite war schon ein Schild da. So, das sind kleine
055 Sachen, die mir bis heute in Erinnerung geblieben sind,
056 was damals, also was damals passiert ist.

4.2 Prämissen der Erzählanalyse

Wie in den Abschnitten 1 und 3 ausgeführt, sollen bei der Analyse der komplexen Erzählstruktur des obigen Interviewausschnittes einige Parameter aus der *linguistic-landscape*-Forschung mit Instrumentarium der Erzählanalyse enggeführt werden. Darüber hinaus ziehe ich mit dem *Chronotopos* und der *Positionierung* zwei Konzepte heran, die sich in der jüngeren Narrations- und Gesprächsforschung für die Untersuchung autobiographischer narrativer Interviews erfolgreich etabliert haben[33].

Unter Positionierung verstehe ich eine diskursive Praxis mittels der sich eine Sprecher_in im Verlauf der Kommunikation explizit oder implizit im sozialen Raum verortet, bzw. ihrer Interaktionspartner_in einen bestimmten sozialen Raum zuweist[34]. Es werden daher Prozesse der Selbst- und Fremdpositionierung

[33] Vgl. etwa Blommaert/De Fina (2017); Perrino (2015); vgl. auch das 2020 von Anna De Fina und Sabina Perrino herausgegebene Themenheft von «Language & Communication» zu *Chronotopes and chronotopic relations*, sowie Häußinger *et al.* (2023).

[34] Der Begriff *Positionierung* bzw. *positioning* geht auf die Arbeiten von Hollway (1984) und Harré/van Langenhove (1999) zur *discursive psychology* zurück. Weiterentwickelt wurde das Konzept von Bamberg (1997) sowie u.a. von Lucius-Hoene/Deppermann (2002: 196-212) und Bamberg/Georgakopoulou (2008).

unterschieden, die sich auf drei unterschiedlichen Ebenen entfalten können: Auf der Ebene der erzählten Geschichte verlaufen sie zwischen Erzähler_in und den handelnden Personen; auf der Ebene der Interaktion zwischen Erzähler_in und Interaktionspartner_in; auf einer dritte Ebene geht es um die Selbstkonstruktion der Erzähler_in, d.h. wie er/sie bereits bestehende Erzählmuster nutzt und sich innerhalb dominanter Diskurse oder Masternarrative verortet[35].

Wechselwirkungen von Selbst- und Fremdpositionierungen mit weiteren für den Erzählprozess relevanten Dimensionen und Gegebenheiten können mithilfe des von Bachtin zur Beschreibung von Raumzeitkonstellationen im Roman entwickelten Chronotopos-Begriff aufgespürt werden. Wie Häußinger *et. al* (2023: 52-53) in der Einleitung hervorgegeben

> [lässt sich] durch ihn nicht nur die Rolle der topologischen Elemente in der Erzählung besonders gut nachzeichnen, sondern auch das Zusammenspiel zwischen der räumlichen und der zeitlichen Dimension des Erzählens und deren Verflechtung mit verschiedenen Selbst- und Fremdpositionierungen, bzw. mit den unterschiedlichen (Teil-)identitäten, die im Erzählprozess angenommen werden können. Darüber hinaus kann der Chronotopos-Begriff zu einem besseren Verständnis der Zusammenhänge […] zwischen Erzählzeit und erzählter Zeit […] beitragen.

In der Bachtinschen Konzeption ist zudem die dialogische Beziehung zwischen den verschiedenen Chronotopoi zentral; übertragen auf das narrative Interview können so die Wechselbeziehungen zwischen dem Erzählvorgang (*storytelling event*) und der erzählten Geschichte (*narrated story*) (Perrino 2015: 145) sowie zwischen der interviewten und der interviewenden Person herausgearbeitet werden (vgl. *ebd.*).

4.3 Detailanalyse der Erzählsequenz

Goldberg berichtet in dem vorliegenden Auszug von zwei Anekdoten, die jeweils die Binnenstruktur einer szenisch-episodischen Erzählung „im engeren Sinne" (Lucius-Hoehne/Deppermann 2002: 146) aufweisen, die der Sprecher jedoch unter formalen wie inhaltlichen Aspekten zu einer Sinneinheit zusammenfasst: Formal gesehen drückt sich dies durch die Rahmung mittels zweier Erinnerungsthematisierungen[36] aus: Mit dem Satz *Andererseits kann ich*

[35] Bamberg/Georgakopoulou (2008: 385) sprechen bezüglich dieser dritten Ebene von Selbst- und Fremdpositionierung „with regard to dominant discourses or master narratives".
[36] Zu Erinnerungsthematisierungen v.a. bei belastenden und traumatischen Erlebnissen vgl. Gülich/Lucius-Hoene (2015: 144f.).

mich aber an verschied/ als Kind an verschiedene Sachen erinnern (Z. 001-002) eröffnet Goldberg die Erzählung; mit *So, das sind kleine Sachen, die mir bis heute in Erinnerung geblieben sind, was damals, also was damals passiert ist* (Z. 54-55) schließt er sie ab. Erinnerungsthematisierungen sind, so Norrick (2005: 1826), als Hinweise auf die Erzählwürdigkeit (*tellability*)[37] der Ereignisse zu interpretieren, wobei es sich in der Regel um Zäsuren im Leben handelt, denen die Erzähler_innen rückblickend positive oder negative Bedeutung verleihen.

Unter inhaltlichen Aspekten bildet die Erzählwürdigkeit, die Goldberg im Abstrakt (Z. 001-004) motiviert, die Klammer zwischen den beiden Anekdoten[38]. Goldberg deutet in dieser Sequenz Kränkungen und Herabwürdigungen an, die er als jüdisches Kind erlebt hat und die sich in sein Gedächtnis eingeprägt haben. Dazu verweist er zweimal auf sein kindliches Alter: zunächst in Z.001 und dann, durch Rhema-Stellung besonders hervorgehoben, in Z.004, wo er auch sein Jüdischsein thematisiert. Seine damalige affektive Involviertheit thematisiert er sehr zurückhaltend mittels des emotionsbeschreibenden Nomens *Kummer*, das der Emotion TRAUER[39] zugeordnet werden kann; verbal wird zwar wird mit dem Adverb *viel* eine Intensitätssteigerung des erlebten Kummergefühls vermittelt, jedoch indiziert der Heckenausdruck *irgendwie*, dass der Erzähler nur wenig von seinem emotionalen Erleben preisgeben will.

Die erste Erinnerungsthematisierung eröffnet einen Chronotopos, mit dem sich Goldberg vom *hic et nunc* der Interviewsituation in die Zeit seiner Kindheit versetzt (Z. 006-013). In der Orientierung verortet er diesen Chronotopos räumlich und zeitlich sowie hinsichtlich der beteiligten Person (des Vaters) und der Umstände. Die Ortsreferenzen erfolgen über das Toponym *in Altenburg* (Z. 006), Goldbergs Heimatstadt, und die Nennung des sozialen Raumes *Kino* (Z. 007) in Verbindung mit dem Bewegungsverb *gehen* (Z. 013), bzw. über den Begriff *Jugendvorstellung* (Z. 010), der metonymisch auf den sozialen Ort *Kino* verweist[40], an dem sonntagnachmittags Filme für Kinder und Jugendliche im Programm sind. Die zeitliche Einordnung erfolgt subjektiv, d.h. mittels auf die eigene Biographie bezogener Angaben, wie das kindliche Alter (*Ich war damals noch ein Kind*, Z. 008), das in Z. 009 präzisiert wird: *Ich war damals zehn, elf Jahre*

[37] Zur Erzählwürdigkeit s. Lucius-Hoene/Deppermann (2002: 127-128), ferner Baroni (2011/2014).

[38] Auf den intrinsischen Zusammenhang zwischen Erinnerungsthematisierung und Erzählwürdigkeit lässt auch die Tatsache schließen, dass sie unmittelbar aufeinander folgend formuliert werden.

[39] Zur Konzeptualisierung der Emotion TRAUER s. Schwarz-Friesel (2013²: 68, 278f.).

[40] Zu Raumreferenzen über die Nennung prototypischer sozialer Räume s. Schwitalla (2012: 173).

alt. Mithilfe dieser beiden zeitlichen Referenzen positioniert sich der Erzähler – wie bereits im Abstrakt signalisiert – als verletzliches, kindliches und damit nur eingeschränkt handlungsmächtiges Subjekt. Normalität, die ihm als Kontrastfolie zur Bewertung der folgenden, disruptiven Ereignisse dient, kategorisiert Goldberg im Chronotopos seiner Kindheit als den vom Vater ermöglichten (*Natürlich, mein Vater gab mir Geld*, Z. 012), routinemäßigen (*jeden Sonntagnachmittag um zwei* (Z. 010-011) Zugang zu halböffentlichen Räumen (*ich bin gern ins Kino gegangen*, Z. 013), in denen kindgerechte Aktivitäten (*Jugendvorstellung*, Z. 010) angeboten werden.

Die Komplikation (Z. 013-025) wird zeitlich (*Und eines Tages, das war vierunddreißig*, Z. 013) sowie räumlich (*kam ich zum Kino*, Z. 014) neu verortet. Darauf setzt unmittelbar die Schilderung der Klimax der ersten Anekdote ein (Z.014-025), in der das Kind Goldberg zweimal mit dem Verbot, das Kino zu betreten konfrontiert wird und bei seinem Vater Schutz und Rat sucht. Erzählerisch wird dies vermittelt über unterschiedliche Verfahren – wie die Kombination von narrativem Präsens mit Verbspitzenstellung[41] (*steht'n*, Z. 014; *Sag' ich*, Z. 015 und *Sagt er*, Z. 016) sowie die szenische Wiedergabe wörtlicher Rede (Z. 016-021; Z. 025) – die jeweils zur Lebhaftigkeit und „zur Konstruktion narrativer Dichte und folglich zur Dramatisierung" (Günthner 2007: 391-412) beitragen.

Der Wechsel ins narrative Präsens zusammen mit der Wiedergabe wörtlicher Rede indizieren zudem eine Ausrichtung des Chronotopos der erzählten Kindheit an den Chronotopos des Hier und Jetzt der Interviewsituation[42], wodurch der Erzähler einen gemeinsamen Kontext mit der Interviewerin zur Bewertung des Verbots aus der Perspektive des Kindes Goldberg herstellt. Diese implizite Aufforderung, die Einengung des sozialen Raums als tiefen Einschnitt in seine damalige Lebenswelt zu evaluieren, wird durch die Interjektion *tja* (Z. 015) und die nachfolgende lokale Referenz *bin ich zurück nach Hause gegangen* (Z. 015-016) noch verstärkt. Der Erzähler bringt seine Resignation und Hilflosigkeit zum Ausdruck und positioniert sich selbst erneut als verletzliches, kindliches und damit nur eingeschränkt handlungsmächtiges Subjekt. Die Verbspitzenstellung in Z. 016 trägt zur Expressivität der Passage bei.

Mithilfe der Redewiedergabe *Du Dummkopf! Wer weiß denn, dass du Jude bist. Wer weiß denn das, das sieht man doch nicht. Geh und geh. Hier hast du die anderthalb Mark. Geh zurück und kauf dir 'ne Karte!* (Z. 018-021) wird dagegen der Vater als handlungsmächtiges

[41] Zur Kombination von eigentlicher und uneigentlicher Verbspitzenstellung mit dem narrativen Präsens s. Günthner (2007: 391-412).

[42] Zur Ausrichtung, bzw. *Alignierung* des Chronotopos der erzählten Geschichte und dem des Erzählvorgangs s. Perrino (2015).

Subjekt im Chronotopos der Kindheit fremdpositioniert: Er ist bemüht, den Sohn zu schützen und die Wirkmacht des Stigmas zu unterlaufen, indem er den Vorfall mit dem Hinweis bagatellisiert, dass man einen Juden nicht an seinem Aussehen erkennen könne[43]. Basierend auf dieser Prämisse ermuntert er ihn, zurück zum Kino zu gehen und sich eine Eintrittskarte zu kaufen. Seine väterliche Autorität erlaubt es ihm zu diesem Zeitpunkt (1934) noch, das im Kommunikat an die jüdische Bevölkerung adressierte Verbot für den Sohn vorläufig aufzuheben.

Zieht man das in der *linguistic-landscape*-Forschung entwickelte Konzept des öffentlichen Raumes sowie weitere in Abschnitt 3 illustrierte Parameter für die Erzählanalyse heran, so tritt in Goldbergs Schilderung deutlich der raumeinschränkende und gesichtsverletzende Effekt des Zutrittsverbots hervor. Dabei sind folgende Aspekte zu berücksichtigen: Beschaffenheit, *emplacement* und Funktion des Kommunikats, Intention des Zeichenproduzenten sowie seine kommunikative Wirkung auf die Adressaten.

Ausgehend von der Erinnerung des Erzählers kann die Inferenz gezogen werden, dass es sich bei der öffentlichen Schrift *Juden und Hunden Eintritt verboten!* um ein auf einem ortsfesten, dauerhaft angelegten Zeichenträger (Schild) aufgebrachtes Zeichen handelt; es ist indexalischer Natur, verweist also unmittelbar auf das Kino, vor dem es steht und erfüllt eine regulatorische Funktion. Hinsichtlich des Zeichenproduzenten ist festzuhalten, dass der Kinobesitzer (oder -betreiber) autorisiert ist, das Schild vor seinem Kino zu platzieren und damit in die Ordnung des öffentlichen Raumes einzugreifen. Er kann sich dabei auf Regeln berufen, laut derer sich Antisemitismus als sozial anerkannte und gewollte gesellschaftliche Ausschlusspraxis etabliert hat, die seit der ‚Machtübernahme' zunehmend auch mit Gewalt durchgesetzt[44] und ab 1938 mittels einer entsprechenden Gesetzgebung landesweit legalisiert wird.

Wie Blommaert (2013: 47) darlegt, zieht die Abgrenzung des öffentlichen Raumes, die hier anhand des Verbotsschildes das *Kino* als „*no-go* area" definiert, auch Identitätszuweisungen nach sich. Die jüdischen Adressat_innen werden zum einen als illegitime Nutzer_innen des Kinos, zum anderen als jüdische Subjekte kategorisiert, was mit einer Stigmatisierung als dehumanisiertes Wesen

[43] Zur Praxis der Stigmatisierung von jüdischen Menschen hält Lobenstein (2009: 258) fest: „Gerade weil man Juden nicht erkennen kann und weil es ihn als *den* Juden im kollektiven Singular ohnehin nicht gibt, führt man das klassische Stigma zur Kennzeichnung des Stigmatisierten ein. Denn erst mit diesem Schandmal und mit den dazugehörigen Textinszenierungen (er)schafft man ihn" (Hervorheb. im Original).

[44] Vgl. Fußnote 26 zum Boykotttag.

einhergeht[45]: Die Schildaufschrift *Juden und Hunden Eintritt verboten!* ruft den Topos vom Juden als unreines, minderwertiges – da nicht menschliches – Wesen auf (Lobenstein-Reichmann 2021: 172), was grammatikalisch als Gleichsetzung über die Konjunktion *und* ausgedrückt wird.

Sekundär selektioniert die Schildaufschrift auch nicht-jüdische Adressat_innen; für letztere weist sie das Kino implizit als 'judenfreien' Raum aus und enthält die kommunikative Affordanz, jüdische Besucher zu denunzieren. Dass dies einer damaligen weit verbreiten Praxis entspricht, gehört zum heutigen Alltagswissen; Goldberg nimmt in seiner Schilderung der Ereignisse explizit auf solche Denunziationspraktiken Bezug. In der Coda (Z. 026-027) erklärt er die Reaktion des Kartenverkäufers, der ihm am darauffolgenden Sonntag mit der Begründung, er sei ein Jude (*„Du kriegst keine Karte! Du bist 'n Jude!"*, Z. 025)[46], den Zutritt zum Kino verwehrt, mit der Vermutung, dass ihn andere Kinder unterdessen als Juden denunziert hätten (Z. 025-028).

Mit den Aussagen in Z. 028-029 (*Und ich konnte nicht mehr ins Kino gehen. Das war das*) beschließt Goldberg die erste Anekdote und leitet damit gleichzeitig zur Schilderung der zweiten über. Zuvor verwendet er die semantisch weitgehend leere Kompletivformel *und so weiter* (Z. 027), die indiziert, dass er davon ausgeht, dass Anne Betten selbst die Schlussfolgerung aus dem Berichteten zieht.

In der folgenden Sequenz steht erneut die Konfrontation mit Verbotsschildern im Mittelpunkt, die jüdischen Menschen diesmal den Zugang zu öffentlichen Badeanstalten verwehren. Dass es sich hier um Erlebnisse handelt, die beim Erzähler eine weit größere emotionale Betroffenheit auslösen als in der vorhergehenden Episode (*Aber das war noch nicht so schlimm wie das Schwimmen*), geht bereits aus dem Abstrakt hervor (Z. 028-033), wo sich Goldberg als ambitioniertes, schwimmbegeistertes Kind selbst positioniert, was wiederum anhand von zeitlichen (*heute noch*, Z. 030; *jeden im Sommer jeden Nachmittag*, Z. 032-033) und v.a. lokalen Referenzen (*Schwimmen* und *Ich schwimme*, Z. 029; *Schwimmbad* und *ein städtisches Schwimmbad in Altenburg*, Z. 031; *Freischwimmer*, Z. 032; *schwimmen gegangen*, Z. 033) geschieht[47]:

[45] Zu Form und Gebrauch antisemitischer Metaphorik s. Schwarz-Friesel/Reinharz (2013) sowie Lobenstein-Reichmann (2009 und 2021).

[46] Goldberg schildert hier einen Interaktionsprozess, dessen Gegenstand das in der öffentlichen Schrift ausgedrückte Verbot ist und bei dem die Beteiligten körperlich kopräsent sind und einander „face to face" begegnen. Dies ist bei Kommunikaten im öffentlichen Raum in der Regel nicht der Fall, da die Zeichenproduzenten abwesend sind und die Kommunikation anonym abläuft.

[47] Die Lokalisierung des Geschehens erfolgt hier u.a. metonymisch, da der soziale Raum, in dem man schwimmen lernt und kann, das Schwimmbad ist. S. dazu Fußnote 40.

Aus erzählanalytischer Perspektive ist die Komplikation (Z. 033-055) ähnlich strukturiert wie in der ersten Anekdote: Auf die zeitliche und räumliche Neuorientierung (*bis eines schönen Tages ein großes Schild da war*, Z. 033-034), wird das Skandalon genannt: *Juden und Hunden Zutritt verboten!* (Z. 034-035); narrative Dichte, Dramatik und Lebendigkeit werden in der nachfolgenden Sequenz (Z. 33-51) ebenfalls über die Verwendung des narrativen Präsens (Z. 035, Z. 038, Z. 049) in der Kombination mit Verbspitzenstellung (Z. 043, Z. 050) sowie über die szenische Wiedergabe wörtlicher Rede (Z. 039-041, Z. 044-046) hergestellt.

Bemerkenswert ist, dass Goldberg, unmittelbar nachdem er das Verbotsschild *Juden und Hunden Zutritt verboten!* (Z. 034-035) erwähnt hat, die Erzählung im Chronotopos der Kindheit mit einem evaluativen Einschub unterbricht, also in die Raumzeitkonstellation des *hinc et nunc* der Interviewsituation wechselt. Aus der Perspektive der Erzählzeit hinterfragt er in einer kurzen, argumentativen Passage die rassistische Stigmatisierung, die Konzeptionalisierung von jüdischen Menschen als minderwertige Kreaturen: *Erstens: Ich weiß nicht, warum die Juden mit 'n Hunden immer zusammengingen, denn schließlich die Hunden Hunde die Leute haben die Hunde gerne gehabt. Und aber das ging immer zusammen. Juden und Hunde* (Z. 035-038).

Vermuten ließe sich, dass an dieser Stelle Spuren kindlicher Überlegungen ins Bewusstsein des Erzählers gerufen werden: Das Kind Goldberg versteht zwar das Verbot und dass jüdische Menschen nicht im Schwimmbad erwünscht sind; ihm entzieht sich jedoch das Verständnis der Metapher. Bei dem Versuch, die öffentliche Schrift zu dekodieren, greift es daher auf sein Alltagswissen zurück: Hunde sind beliebte Haustiere der Menschen in seiner Umgebung. Ausgehend von der Erinnerung an kindliche Interpretationsschwierigkeiten, ignoriert der Sprecher die beschädigende, metaphorische Lesart und zieht stattdessen nur die wörtliche Lesart heran, um sie – und im gleichen Zuge die Metapher als Ganzes – ironisch zu brechen und *ad absurdum* zu führen.

Ab Z. 038 nimmt Goldberg die Erzählung wieder auf. Parallel zur Schilderung der ersten Anekdote erfolgen die Angleichung der beiden Chronotopoi durch den Wechsel ins narrative Präsens (Z. 038), die Thematisierung des affektiven Erlebens (*da habe ich schon geweint*, Z. 039), die Selbstpositionierung als verletztes Kind über Ortsreferenzen (*Was schwimmen darf ich auch nicht mehr gehen? Ich kann, nicht mehr baden gehen*, Z. 039-041) – mit dem verweigerten Zutritt zum öffentlichen Raum wird Goldberg seiner kindlichen Agentivität entblößt – sowie die Fremdpositionierung des Vaters als handlungsmächtige Figur. Wie bereits im Fall des Kinos, bemüht sich der Vater auch hier zum Schutz des Kindes, die durch das Verbotsschild zugewiesene, jüdische

Identität abzustreifen. In diesem Sinne sucht er mit seinem Sohn alternative Badeanstalten in der näheren, ländlichen Umgebung auf.

Die Erzählung läuft dann auf eine dritte Klimax zu: Pointiert berichtet der Sprecher, wie jedes Schwimmbad jeweils nur einmal zugänglich bleibt, da Vater und Sohn sich bereits am Sonntag darauf erneut mit dem Verbotsschild *Juden und Hunden Zutritt verboten!* konfrontiert sehen (Z. 047-051).

In der Coda (Z. 051-056) erfolgt dann Goldbergs abschließende Bewertung der Ereignisse. Das metaphorisch gebrauchte Verb *abgrasen* in Z. 054 – „eine Gegend, ein Gebiet nach etw. genau absuchen[48]" – vermittelt anschaulich die Auswirkungen der von den Akteuren des NS-Apparats systematisch betriebenen Exklusionshandlungen: Ein Dorf nach dem anderen, ein Schwimmbad nach dem anderen entfallen als Bademöglichkeit. Die anhand der Schilder kommunizierten Verbote demarkieren den öffentlichen Raum stets neu und grenzen den Zugang zu Kino und Schwimmbad immer weiter ein. Abraham Goldbergs Erinnerungen vermitteln auf der Skala der persönlichen Erfahrung und aus der Sicht eines Kindes, wie die kontinuierliche Verdrängung der jüdischen Menschen aus dem öffentlichen Raum verlief und erlebt wurde.

5. Fazit und Ausblick

Displacement, Vertreibung und Neuorientierung sind thematische Schwerpunkte der autobiographischen narrativen Interviews, die in den sog. *Israelkorpora* zusammengefasst sind, weshalb sie als Migrationsnarrative gelesen werden können. Die bedeutsame Rolle von lokalen Referenzen in Berichten zu erzwungener Migration hebt – Impulsen aus dem *spatial turn* und dem darauffolgenden *topographical turn* folgend – die soziolinguistisch orientierte Erzählforschung hervor. Wie in der vorliegenden Arbeit skizziert wurde, teilt sie dieses zentrale Interesse an Raumfragen sowie die Auffassung, dass Sprache wesentlicher Bestandteil der sozialen Handlungen und Praktiken ist, die aus dem Zusammenspiel und der Sinngebung verschiedener semiotischer und körperlicher Elemente hervorgehen (De Fina/Georgakopoulou 2020: 256), mit der *linguistic-landscape*-Forschung. Als Schnittstelle zwischen beiden Forschungsrichtungen konnte auf der Basis der von der Geosemiotik angeregten Kontextualisierung von „*signs in place*" (Scollon/Scollon 2003) der Aspekt der Rezeption von Sprachlandschaften ermittelt werden: Wenn die *linguistic-landscape*-Forschung danach fragt, wie Sprachlandschaften von denjenigen mit Bedeutung aufgeladen

[48] *Digitales Wörterbuch der Deutschen Sprache*. <https://www.dwds.de/wb/abgrasen> [01.05.2025].

werden, die sie erleben, so fragt die soziolinguistisch orientierte Narratologie danach, wie bestimmte Orte und Räume in Erzählungen symbolisch ausgewählt und von den Erzählern mit Bedeutung versehen werden.

Im zugrunde gelegten Subkorpus schildern die Interviewten, wie sie die fortschreitende Verdrängung aus (halb-)öffentlichen Räumen erleben, die ihnen u.a. über die Konfrontation mit antisemitischen Kommunikaten, bzw. mit der massiven Präsenz nationalsozialistischer Artefakte im öffentlichen Raum vermittelt wird: Ihre oft emotional stark gefärbten Berichte können daher als *erzählte Sprachlandschaften* gelesen werden.

Diese Zuordnung bringt die Frage mit sich – handelt es sich bei dem Subkorpus doch nicht um Dokumente synchronisch beobachtbarer Räume, sondern um erinnerte/erzählte Erlebnisse im semiotisierten, öffentlichen Raum der NS-Zeit – welche Kriterien der *linguistic-landscape*-Forschung mit der Erzählanalyse enggeführt werden können. Die Durchsicht der Interviewpassagen ergab, dass diese punktuell Auskunft geben – ggf. mithilfe des Ziehens von Inferenzen – über materielle und mediale Beschaffenheit der dort genannten Sehflächen sowie über deren Indexikalität, *emplacement* und diskursiven Funktionen, was anhand von Beispielen belegt wurde.

In der qualitativen Detailanalyse einer Sequenz aus dem Interview von Anne Betten mit Abraham Goldberg (1990) wurden auf der Basis des in der *linguistic-landscape*-Forschung revidierten Raumverständnisses, dem zufolge der öffentliche Raum als Ergebnis sozialer Praktiken verstanden wird, und unter Anwendung der o.g. Parameter unterschiedliche Positionierungsstrategien herausgearbeitet: Zum einen positioniert sich Goldberg selbst als hilfloses und verletzliches jüdisches Kind, das den Zutrittsverboten zu Kino und Schwimmbad ausgesetzt ist; zum anderen fremdpositioniert er den Vater als handlungsmächtiges Subjekt, dessen Autorität es ihm erlaubt, die in den Kommunikaten an die jüdische Bevölkerung adressierten Verbote und Stigmatisierungen zeitweise aufzuheben oder zu umgehen. Selbst- wie Fremdpositionierungen nimmt der Erzähler überwiegend anhand von Ortsreferenzen vor.

Unter Rückgriff auf das Konzept des Chronotopos und das damit verbundene Prinzip der Wechselbeziehung zwischen dem Chronotopos des Erzählvorgangs und dem der erzählten Geschichte konnte zudem gezeigt werden, wie Goldberg bemüht ist, mit der Interviewerin einen gemeinsamen Rahmen zur Evaluation der Ereignisse herzustellen. Als Ergebnis der Untersuchung lässt sich festhalten, dass sich die Engführung der Narrationsanalyse mit dem in der *linguistic-landscape*-Forschung entwickelten Konzept des öffentlichen Raumes sowie den

in Abschnitt 3 illustrierten Parametern als fruchtbarer Ansatz erwiesen hat: Deutlich hervorgetreten sind zum einen die raumeinschränkenden Effekte der Kommunikate in Goldbergs Schilderung, die auf die fortschreitende Verdrängung der jüdischen Menschen zielen; zum anderen deren gesichtsverletzenden Aspekte. Letztere gehen mit der Demarkierung des öffentlichen Raumes als *no-go*-Bereich einher und basieren auf Identitätszuweisungen: Die jüdischen Adressat_innen werden sowohl als illegitime Nutzer des Kinos oder des Schwimmbases kategorisiert als auch als minderwertige, dehumanisierte Wesen.

Die zunächst nur von Privatpersonen betriebene, dann aber systematisch umgesetzte Verdrängung der jüdischen Menschen aus dem öffentlichen Raum während der NS-Zeit wird nicht nur in zahlreichen Interviews der sog. *Israelkorpora* thematisiert. In autobiographischen Schriften, wie in den Tagebüchern Viktor Klemperers oder in denen des Breslauer Lehrers und Historikers Willy Cohn, wird dies eindrucksvoll für Dresden bzw. für Breslau dokumentiert. Der in dieser Studie vorgeschlagene Ansatz könnte auch für die Analyse autobiographischer Schriften herangezogen werden und die als Forschungsdesiderat formulierte kulturlinguistische Analyse des Raumdiskurses im Nationalsozialismus (Kämper 2019: 23) um den Aspekt der Rezeption öffentlicher Beschilderung durch die Tagebuchschreiber ergänzen.

Bibliographie

Auer, Peter (2010), *Sprachliche Landschaften. Die Strukturierung des öffentlichen Raums durch die geschriebene Sprache*. In A. Deppermann/A. Linke (Hg.), *Sprache intermedial – Stimme und Schrift, Bild und Ton*, Berlin: de Gruyter, 271-300

Bamberg, Michael (1997), *Positioning Between Structure and Performance*. «Journal of Narrative and Life History» 7, 335-342

Bamberg, Michael/Georgakopoulou, Alexandra (2008), *Small stories as a new perspective in narrative and identity analysis*. «Text & Talk« 28 (3), 377-396

Baroni, Raphaël (2011/2014), *Tellability*. In P. Hühn *et al.* (Hg.), *The living handbook of narratology*. Hamburg, <http://www.lhn.uni-hamburg.de/node/30.html;> [20.02.2025]

Baynham, Mike (2003), *Narrative in space and time: Beyond "backdrop" accounts of narrative orientation*. «Narrative Inquiry» 13 (2), 347-366

Baynham, Mike (2009), *"Just one day like today": the notion of scale and the analysis of space/time orientation in narratives of displacement*. In J. Collins/S. Slembrouck/M. Baynham (Hg.), *Globalization and Language in Contact: Scale, Migration and Communicative Practices*, London: Continuum, 130-147

Baynham, Mike (2015), *Narrative and Space/Time*. In A. De Fina/A. Georgakopoulou (Hg.), *The Handbook of Narrative Analysis*, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 119-139

Behr, Irmtraud/Liedtke, Frank (2021), *Krise im öffentlichen Raum. Formen und Funktionen kleiner Kommunikationsformate zu Covid 19*. «LiLi. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik» 51, 365-398

Ben-Rafael, Eliezer *et al.*, (2006) *Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel*. «International Journal of Multilingualism» 3, 7-30

Betten, Anne (Hg.) (1995), *Sprachbewahrung nach der Emigration – Das Deutsch der 20er Jahre in Israel*, unter Mitarbeit v. Sigrid Graßl. Teil I: *Transkripte und Tondokumente*, Tübingen: Niemeyer (Phonai 42) (mit CD)

Betten, Anne (2013), *Sprachbiographien deutscher Emigranten. Die „Jeckes" in Israel zwischen Verlust und Rekonstruktion ihrer kulturellen Identität*. In A. Deppermann (Hg.), *Das Deutsch der Migranten*, Berlin *et al.*: de Gruyter, 145-191

Betten, Anne (2018), *Die Flucht über das Mittelmeer in den Erzählungen deutschsprachiger jüdischer Migranten der Nazizeit*. In G. Zanasi *et al.* (Hg.), *Das Mittelmeer im deutschsprachigen Kulturraum: Grenzen und Brücken*, Tübingen: Stauffenburg, 235-263

Betten, Anne/Du-nour, Miryam (Hg.) (2000), *Sprachbewahrung nach der Emigration – Das Deutsch der 20er Jahre in Israel*. Teil II: *Analysen und Dokumente*, Tübingen: Niemeyer (Phonai 45)

Betten, Anne/Du-nour, Miryam (2004), *Wir sind die Letzten. Fragt uns aus. Gespräche mit den Emigranten der dreißiger Jahre in Israel*, Gießen: Haland & Wirth im Psychosozial-Verlag [= Neuaufl.; 1.-3. Aufl. Gerlingen: Bleicher, 1995-1998]

Betten, Anne/Flinz, Carolina/Leonardi, Simona (2023), *Emigrantendeutsch in Israel: Die Interviewkorpora IS, ISW und ISZ im Archiv für Gesprochenes Deutsch des IDS*. In M. Kupietz/Th. Schmidt (Hg.), *Neue Entwicklungen in der Korpuslandschaft der Germanistik. Beiträge zur IDS-Methodenmesse*, Tübingen: Narr Francke Attempto, 171-188

Blommaert, Jan (2013): *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*, Clevedon: Multilingual Matters

Blommaert, Jan/De Fina, Anna (2017), *Chronotopic Identities: On the Timespace Organization of Who We Are*. In A. De Fina/D. Ikizoglu/J. Wegner (Hg.), *Diversity and Super-Diversity. Sociocultural Linguistic Perspectives*, Washington: Georgetown University Press, 1-17

Crang, Mike (2008), *Zeit : Raum*. In J. Döring/T. Thielmann (Hg.), *Spatial Turn: das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*, Bielefeld: transcript, 409-438

de Certeau, Michel (2006), *Kunst des Handelns*. Berlin: Merve

De Fina, Anna (2003), *Crossing borders: Time, space and disorientation in narrative*. «Narrative Inquiry» 13 (2), 367-391

De Fina, Anna (2009), *From space to spatialization in narrative studies*. In J. Collins/M. Baynham/S. Slembrouck (Hg.), *Globalization and Language in Contact: Scale, Migration, and Communicative Practices*, Harrisburg, PA: Continuum, 108-129

De Fina, Anna/Georgakopoulou, Alexandra, (2020), *Discourse Materialities and Embodiment. Introduction*. In A. De Fina/A. Georgakopoulou (eds.), *The Cambridge Handbook of Discourse Studies*, Cambridge: Cambridge University Press, 255-262

De Fina, Anna/Perrino, Sabina (2020), *Introduction: Chronotopes and chronotopic relations*. «Language & Communication» 70 (1), 67-70

De Fina, Anna/Tseng, Amelia (2017), *Narrative in the study of migrants*. In S. Canagarajah (Hg.), *The Routledge Handbook of Migration and Language*, Abingdon: Routledge, 381-396

Ehrhardt, Claus (2020), *Was muss man wissen, um Straßenschilder zu verstehen? Pragmatische Anmerkungen zur Kommunikation in öffentlichen Räumen*. «Studi Germanici – Quaderni dell'AIG» 3, L. Bosco/M. Magris (Hg.), *Il non detto / Das Ungesagte* (Supplemento al numero 18/2020 di «Studi Germanici»), 127-147

Ehrhardt, Claus (2021), *„Pinkeln verboten". Anmerkungen über Verbote in öffentlichen Räumen*. In E. Ziegler/H. Marten (Hg.) (2021), *Linguistic Landscapes im deutschsprachigen Kontext: Forschungsperspektiven, Methoden und Anwendungsmöglichkeiten*, Berlin: Peter Lang (Forum Angewandte Linguistik 65) 87-110

Farina, Almo (2014), *Soundscape Ecology: Principles, Patterns, Methods, and Applications*. Heidelberg/New York/London: Springer Dordrecht

Gilles, Peter/Ziegler, Evelyn (2019), *Linguistic Landscape-Forschung in sprachhistorischer Perspektive: Zur Entwicklung visueller Kommunikate im öffentlichen Raum der Stadt Luxemburg im langen 19. Jahrhundert*. «Zeitschrift für germanistische Linguistik» 47 (2), 385-407

Goffman, Erving (1982), *Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp

Goffman, Erving (2021[1959]), *Wir alle spielen Theater*, München: Piper

Gorter, Durk (2018), *Methods and Techniques for Linguistic Landscape Research: About Definitions, Core Issues and Technological Innovations*. In M. Pütz/N. Mundt (Hg.), *Expanding the Linguistic Landscape: Multilingualism, Language Policy and the Use of Space as a Semiotic Resource*, Bristol: Multilingual Matters

Gülich, Elisabeth/Lucius-Hoene, Gabriele (2015), *Veränderungen von Geschichten beim Erzählen. Versuch einer interdisziplinären Annäherung an narrative Rekonstruktionen von Schlüsselerfahrungen*. In E. Schumann *et al.* (Hg.), *Wiedererzählen*, Bielefeld: transcript, 135-176

Günthner, Susanne (2007), *Techniken der „Verdichtung" in der alltäglichen Narration. Kondensierungsverfahren in Beschwerdegeschichten*. In J. Bär/Th. Roelke (Hg.), *Sprachliche Kürze. Konzeptuelle, strukturelle und pragmatische Aspekte*, Berlin/New York: de Gruyter, 391-412

Günzel, Stephan (2010), *Spatial Turn*. In S. Günzel (Hg.), *Raum: ein interdisziplinäres Handbuch*, Stuttgart/Weimar: Metzler, 90-99

Harré, Rom/van Lagenhove, Luk (Hg.) (1999), *Positioning Theory: Moral Contexts of Intentional Action*, Oxford/Malden, MA: Blackwell

Häußinger, Barbara (2023a), *Chronotopoi der Krise. Symbolische Raummarkierungen in der Erinnerung jüdischer Emigrant_innen nach Palästina*. In Barbara Häußinger *et al.* (2023), 93-119

Häußinger, Barbara (2023b), *Emotionalität und Raumerfahrung. Erinnerungen an Kindheit und Jugend deutschsprachiger Emigrant_innen im Israelkorpus*. In S. Leonardi *et al.* (Hg.), *Orte und Erinnerung. Eine Kartografie des Israelkorpus*, Roma: Istituto Italiano di Studi Germanici, 189-219

Häußinger, Barbara *et al.* (Hg.) (2023), *Erzählte Chronotopoi: Orte und Erinnerung in Zeitzeugeninterviews und -berichten zu erzwungener Migration im 20. Jahrhundert* [= Annali. Sezione germanica 33]

Häußinger, Barbara (2025), *Raumzeitkonfigurationen und Positionierungen in Migrations-Erzählungen*. «Kritik» 2/24, 97-136

Hollway, Wendy (1984), *Gender Difference and the Production of Subjectivity*. In J. Henriques *et al.* (Hg.), *Changing the Subject*, London: Methuen, 227-263

Jaworski, Adam/Thurlow, Crispin (2010), *Introducing semiotic landscapes*. In A. Jaworski/C. Thurlow (Hg.), *Semiotic Landscapes. Language, Image, Space*, London: Continuum, 1-40

Kämper, Heidrun (2019), *Sprachgebrauch im Nationalsozialismus*, unter Mitarbeit v. Adelheid Wibel, Heidelberg: Winter

Koop, Andreas (2017[3]), *NSCI. Das visuelle Erscheinungsbild der Nationalsozialisten 1920-1945*, Mainz: Verlag Hermann Schmidt

Kress, Gunther R./van Leeuwen, Theo (1996), *Reading Images. The Grammar of Visual Design*, London/New York: Routledge

Landry, Rodrigue/Bourhis, Richard Y. (1997), *Linguistic landscape and Ethnographic Vitality: An Empirical Study*. «Journal of Language and Social Psychology» 16, 23-49

Läpple, Dieter (1991), Essay *über den Raum: für ein gesellschaftswissenschaftliches Raumkonzept*. In H. Häußermann *et al.* (Hg.), *Stadt und Raum: soziologische Aspekte*, Pfaffenweiler: Centaurus, 157-207

Larrory-Wunder, Anne (2023), *Orte, Kategorisierungen, Bewertungen*. In S. Leonardi *et al.* (Hg.), *Orte und Erinnerung. Eine Kartografie des Israelkorpus*, Roma: Istituto Italiano di Studi Germanici, 111-127

Leonardi, Simona (2022), *Displacement and Disorientation in a Narrative of Former Migrants from Germany to Palestine*. In P. Ronan/E. Ziegler (Hg.), *Language and Identity in Migration Contexts*, Oxford *et al.*: Peter Lang, 325-342

Leonardi, Simona (2023a), *Erinnerte Orte in der Versprachlichung von Gedächtnisinhalten*. In S. Leonardi *et al.* (Hg.), *Orte und Erinnerung. Eine Kartografie des Israelkorpus*, Roma: Istituto Italiano di Studi Germanici, 91-109

Leonardi, Simona (2023b), *Erinnerte Chronotopoi: Rekonstruktion von Krisensituationen in Erzählungen*. In Häußinger *et al.* (2023), 121-150

Leonardi, Simona (2025), *Landmarks des Exils und Emotionen*. In E. Kilchmann/S. Schirrmeister (Hg.), *Exil und Emotionen*, Berlin/Boston: de Gruyter, 55-72

Lobenstein-Reichmann, Anja (2009), *Stigma. Semiotik der Diskriminierung*. In W.-A. Liebert/H. Schwinn (Hg.), *Mit Bezug auf Sprache*. Festschrift für Rainer Wimmer, Tübingen: Narr, 249-271

Lobenstein-Reichmann, Anja (2021), *‚Rasse' – zur sprachlichen Konstruktion einer Ausgrenzungsstrategie*. «Kulturwissenschaftliche Zeitschrift» 6 (1), 163-183

Löw, Martina/Sturm, Gabriele (2005), *Raumsoziologie*, <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-59649-2> [22.04.25], 1-18. [Original:] In F. Kessl *et al.* (Hg.), *Handbuch Sozialraum* [1. Auflage], Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 31-48

Lucius-Hoene, Gabriele/Deppermann, Arnulf (2002), *Rekonstruktion narrativer Identität. Ein Arbeitsbuch zur Analyse narrativer Interviews*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Massey, Doreen (2005), *For space*, London/Thousand Oaks, CA: SAGE

Norrick, Neal R. (2005), *Interactional remembering in conversational narrative*. «Journal of Pragmatics» 37, 1819-1844

Peck, Amiena/Stroud, Christopher (2015), *Skinscapes*. «Linguistic Landscape: A new Journal» 1 (1-2), 133-151

Pennycook, Alastair/Otsuji, Emi (2015), *Making Scents of the Landscape*. «Linguistic Landscape: A new Journal» 1(3), 191–212

Perrino, Sabina (2015), *Chronotopes. Time and Space in Oral Narrative*. In A. De Fina/A. Georgakopoulou (eds.), *The Handbook of Narrative Analysis*, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 140-159

Schmitz, Ulrich (2005), *Sehflächen lesen. Einführung in das Themenheft*. «Der Deutschunterricht» 4, 2-5

Schmitz, Ulrich (2018), *Im Raume lesen wir die Macht. Zeichen der Macht im öffentlichen Raum des Ruhrgebiets*. In S. Michel/S. Pappert (Hg.), *Multimodale Kommunikation in öffentlichen Räumen. Texte und Textsorten zwischen Tradition und Innovation*, Stuttgart: ibidem, 133-158

Schwarz-Friesel, Monika (2013²), *Sprache und Emotion*, Tübingen: Francke

Schwarz-Friesel, Monika/Reinharz, Jehuda (2013), *Die Sprache der Judenfeindschaft im 21. Jahrhundert*, Berlin/New York: de Gruyter

Schwitalla, Johannes (2012), *Raumdarstellungen in Alltagserzählungen*. In F. Kern/M. Morek/S. Ohlhus (Hg.), *Erzählen als Form – Formen des Erzählens*, Berlin/Boston: de Gruyter, 161-200

Schwitalla, Johannes (2016), *Wie lassen aus Hitlerdeutschland geflohene Juden Nationalsozialisten sprechen?*. In S. Leonardi/E.-M. Thüne/A. Betten (Hg.), *Emotionsausdruck und Erzählstrategien in narrativen Interviews: Analysen zu Gesprächsaufnahmen mit jüdischen Emigranten*, Würzburg: Königshausen & Neumann, 261-300

Scollon, Ron/Scollon, Suzie Wong (2003), *Discourses in Place. Language in the Material World*, London/New York: Routledge

Scollon, Ron/Scollon, Suzie Wong (2004) *Nexus Analysis: Discourse and the Emerging Internet*, London/New York: Routledge

Seargeant, Philip/Giaxoglou, Korina (2020), *Discourse and the Linguistic Landscape*. In De Fina/Georgakopoulou (2020), 306-327

Shohamy, Elana/Gorter, Durk (Hg.) (2009), *Linguistic landscape: Expanding the Scenery*, New York/London: Routledge

Thüne, Eva-Maria (2023), *Kinder an der Grenze. Narrative Rekonstruktion von Reiseetappen des Kindertransports*. In Häußinger *et al.* (2023), 151-175

Tophinke, Doris (2016), *„In den tiefsten Winkeln unserer Betonwälder tanzten die Namen ein farbenfrohes Fest und wir tanzten mit bis in die Morgenstunden" – Zur praktischen Kultur des Szene-Graffiti*. In: A. Deppermann/H. Feilke/A. Linke (Hg.), *Kommunikative und sprachliche Praktiken*, Berlin: de Gruyter, 205-230

Tophinke, Doris (2019), „*All City" – Graffiti-Writings als Kommunikate des Urbanen*". «Zeitschrift für germanistische Linguistik» 47 (2), 355-384

Tophinke, Doris/Ziegler, Evelyn (2019), *Einleitung: Die Stadt als öffentlicher Kommunikationsraum*. «Zeitschrift für germanistische Linguistik» 47 (2), 293-312

Tuan, Yi-Fu (1991), *Language and the Making of Place: A Narrative-Descriptive Approach*. «Annals of the Association of American Geographers» 81 (4), 684-696

Wagner, Kirsten (2010), *Topographical Turn*. In S. Günzel (Hg.), *Raum: ein interdisziplinäres Handbuch*, Stuttgart/Weimar: Metzler, 100-109

Weigel, Sigrid (2002), *Zum Topographical Turn. Kartographie, Topographie und Raumkonzepte in den Kulturwissenschaften*. «KulturPoetik» 2 (2), 151-165

Ziegler, Evelyn (2013), *Sehflächen im sozialen Kontext*. In H. Cölfen/P. Vosskamp (Hg.), *Unterwegs mit Sprache. Beiträge zur gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Relevanz der Linguistik*, Duisburg: UVRR, 321-344

;

recensioni

Henrik Ibsen, *Drammi borghesi*
Traduzione e cura di Franco Perrelli
Mondadori, Milano 2024
(I Meridiani), 1645 pp., € 80

Il prezioso volume dei *Drammi borghesi* di Henrik Ibsen nella collana Meridiani Mondadori è l'ultimo lavoro che Franco Perrelli, fine studioso, abile traduttore e mediatore culturale, ha dedicato al teatro nordico. Frutto di quattro anni di scrupolosa ricerca filologica di manoscritti e documenti per lo più inediti in Italia, il libro ha contemplato il vaglio di lettere, appunti, varianti con tagli e finali alternativi, rinvenuti da Perrelli in biblioteche e archivi dei teatri di tutta l'Europa, fin nei distretti più speduti della Norvegia.

Dei "drammi borghesi" (*Le colonne della società, Una casa di bambola, Spettri, Un nemico del popolo, L'anitra selvatica, Rosmersholm, La donna del mare, Hedda Gabler, Il costruttore Solness, Il piccolo Eyolf, John Gabriel Borkman, Quando noi morti ci destiamo*), scritti tra il 1877 e il 1899, si propongono ora nuovi orientamenti correggendo un approccio con il teatro di Ibsen ormai superato. Le traduzioni, quasi tutte eseguite (o riviste, se pubblicate in precedenza) per il volume dei Meridiani, si basano sulla recente edizione critica degli *Skrifter* di Ibsen, a cura di V. Ystad, in 17 volumi, 2005-2010 (consultabile online www.ibsen.uio.no) successiva a *Samlede Verker*, a cura di Bull-Koht, 1928-1957, in 21 volumi, che ancora propone una sistemazione utile dei documenti per chi desidera confrontarsi con un'edizione cartacea. La precisione delle versioni di Perrelli, corredate da una pregevole introduzione *Un nuovo Ibsen* che descrive l'evolversi nel tempo della critica ibseniana, è specchio fedele dell'attenzione che Ibsen stesso riservava alle traduzioni delle sue opere, rifiutando quelle eseguite non direttamente dall'originale oppure da più di una persona. Distinguendo tra ricezione teatrale e letteraria dei testi, si sottolinea anche il ruolo decisivo di quest'ultima nell'affermazione dell'autore in Scandinavia e in Europa. Si offre inoltre al lettore una dettagliata biografia, ricca di informazioni su vicende personali coeve alla scrittura e alle rappresentazioni. Incrociate con gli appunti preliminari – come quelli preparatori all'*Anitra selvatica* che denunciano, quasi alla maniera di Nietzsche, "il cristianesimo [che] demoralizza l'umanità" – le varianti e le relative missive giustificatorie a direttori e registi fanno luce su significati mai analizzati prima e inducono a riconsiderare aspetti trascurati della ricezione. Emblematico 'l'altro finale' di *Casa di bambola* (in cui Nora non abbandona marito e figli, ma resta in famiglia, commossa nel vedere

i bambini che dormono) nella versione che circolò in alcuni teatri tedeschi e a Vienna, dove andarono in scena entrambi i finali, a sere alternate. La pièce fu letta e apprezzata da un ampio pubblico femminile di scrittrici, critiche e giornaliste, legandosi in Inghilterra al nome di Eleonor, figlia di Karl Marx che fu una delle prime interpreti di Nora (seppure in forma di lettura), accompagnata da George Bernard Shaw nella parte di Krogstad.

Ma soprattutto è 'l'uomo Ibsen' ad apparire in questo Meridiano sotto una luce diversa, con più sfaccettature e contraddizioni: insofferente per il provincialismo nordico e allo stesso tempo animato da slanci nazionalisti, desideroso di fuga e – elemento nuovo che Perrelli ha saputo puntualmente documentare – riconoscente alla patria che generosamente gli elargiva stipendi ed altre forme di sostegno economico per la sua attività letteraria. Quest'ultimo aspetto, testimoniato da lettere, discorsi pubblici, appunti, in appendice al volume, nei quali Ibsen esprime profonda gratitudine per i riconoscimenti delle autorità norvegesi, scalfisce il ritratto abbastanza consolidato di un Ibsen sdegnoso nei confronti della Norvegia, in esilio nel sud dell'Europa. Perdipiù, nonostante siano stati spesso concepiti e scritti in Italia, i "drammi borghesi" sono ambientati in piccole cittadine della costa norvegese, su uno sfondo di fiordi e montagne a picco sul mare, e per protagonisti hanno mercanti, capitani di marina, medici, procuratori, pastori protestanti (non di rado impegnati in assemblee locali su questioni pubbliche).

È comunque nelle donne che avviene la prima scintilla che scardina norme sociali e morali; da esse scaturisce un'insofferenza che si manifesta in varie tipologie femminili, fiere e coraggiose come Nora, o struggenti di nostalgia come Ellida de *La donna del mare*, oppure annoiate e violente come Hedda Gabler. Col tempo Ibsen elabora tuttavia una nuova problematica figura femminile che attraversa Hilda, Irene fino a Rebekka West di *Rosmerholm* dai tratti stregoneschi e negativamente seduttivi, chiaro sintomo di evoluzione dalle sue posizioni "femministe" verso un "demonismo femminile" che lo svedese August Strindberg, in quegli anni occupato in esperimenti di occultismo, ipnosi e stregoneria, riconosce e, proprio partendo da *Rosmerholm*, inizia a parlare di omicidio psichico, vedendo in Rebekka il prototipo di donna-vampiro.

Ed è proprio l'interesse della critica tedesca coeva ai "drammi borghesi" per il loro rapporto con il teatro di Strindberg, anch'egli esiliatosi volontariamente dalla patria, un altro significativo nuovo aspetto indicato da Perrelli. Ulteriore merito del volume è poi avere inquadrato i testi in un più ampio contesto cronologico, scoprendone sviluppi e aspetti finora bloccati in visioni sclerotizzate. Si rivalutano i primi drammi storici di ambientazione vichinga, tra-

scurati dopo l'inaspettato successo di *Catilina*, scritto tra il 1848 e il 1849, ispirato al *Don Giovanni* kierkegaardiano e significativo esempio di dinamiche strutturali per la drammaturgia matura di Ibsen, riguardo a questioni come azione e responsabilà morale, identità e scelta esistenziale (benché Ibsen sia piuttosto restìo ad ammettere debiti verso il filosofo danese). Vengono individuati così elementi tematici non meno rilevanti ne *Il tumulo del Guerriero* (ispirato, come la poesia *Lo scaldo nella Valhalla*, al romantico danese Adam Oehlenschläger) con il quale esordisce sulla scena del Christiania Teater il 26 settembre 1850. Anche in tali contesti Ibsen mostra esistenze rese indeterminate dal dubbio soggettivo, comunicando alla contemporaneità la sua convinzione di vivere in una fase storica di disgregazione pari a quella del mondo classico.

Circolate di più e prima in forma scritta, le creazioni ibseniane non sono solo teatro, ma anche e soprattutto letteratura. Le numerose infiltrazioni di elementi epici testimoniano l'emergere di una moderna concezione del dramma per un pubblico di lettori prima che di spettatori, con una più incisiva diffusione dei libri piuttosto che delle rappresentazioni delle pièces. Si pensi alle didascalie di *Hedda Gabler* in cui si sottolinea il colore degli occhi della protagonista "occhi grigi d'acciaio" (indistinguibili in una normale sala teatrale), trasformando la teatralità della scena in teatralità del testo. Per questo Perrelli definisce i drammi borghesi "romanzi teatrali", individuando la novità del teatro ibseniano nel potere di attuare in "forma drammatica una resa naturalistica in grado di competere con la profondità del grande romanzo dell'Ottocento". Quasi romanzi gialli in cui il lettore ricompone frammenti di discorsi fra silenzi improvvisi, brusche interruzioni, sguardi e gesti, per sciogliere gli enigmi celati nel passato dei personaggi, questi drammi – non a caso eletti a modelli da Freud – continuano ad essere ancora oggi letture appassionanti e avvincenti discese nelle profondità della coscienza.

Maria Cristina Lombardi

;

autori; autrici

Martina Bellinzona
Università per Stranieri di Siena; martina.bellinzona@unistrasi.it

Vincenzo Gannuscio
Università di Modena e Reggio Emilia; vgannus@unimore.it

Barbara Häußinger
Università di Napoli 'L'Orientale'; bhaeussinger@unior.it

Miriam Morf
Università di Macerata; m.morf@unimc.it

Silvia Palermo
Università di Napoli 'L'Orientale'; spalermo@unior.it

Ramona Pellegrino
Università di Genova; ramona.pellegrino@edu.unige.it

Daniela Pietrini
Universität Augsburg; daniela.pietrini@uni-a.de

Gabriella Sgambati
Università di Napoli 'L'Orientale'; gsgambati@unior.it

Ulrike Simon
Università di Bari; ulrikerosemarie.simon@uniba.it

Luigia Tessitore
Università di Napoli 'L'Orientale'; ltessitore@unior.it

Alessandra Zurolo
Università di Napoli Federico II; alessandra.zurolo@unina.it

germanica;

Il nome ufficiale della nostra rivista continua a essere: «Annali. Sezione germanica», ma nel passare alla modalità online lo abbiamo abbreviato in «germanica;» – più sintetico, come nome d'uso, e al contempo quasi classico, nel suo riprendere il sostantivo neutro latino utilizzato per i concetti collettivi, nel senso dunque di 'cose germaniche'. Esso riunisce così in sé i differenti campi di ricerca che trovano spazio nella rivista, sulla quale dal 1958 pubblichiamo saggi (in genere raccolti in numeri monografici) e recensioni, in italiano e nelle principali lingue europee, su temi letterari, culturali, filologici e linguistici di area germanica, con un ampio spettro di prospettive metodologiche, anche di tipo comparatistico e interdisciplinare.

Insieme al nome sintetico abbiamo scelto come nuovo simbolo il punto e virgola, per distinguere ma al tempo stesso collegare tra loro i vari ambiti disciplinari della germanistica. Un segno di punteggiatura sempre meno utilizzato e per questo forse un po' desueto, ma che ci sembra acquisire una particolare potenzialità semantica: pur marcando uno stacco più forte, il punto e virgola connette parti indipendenti e le pone in dialogo – ha qualcosa di interlocutorio, nella consapevolezza che voler costruire un discorso fatto di punti fermi sia oggi più che mai illusorio.

letterature e culture di lingua tedesca;
linguistica tedesca;
filologia germanica;
studi nordici;
studi nederlandesi

;

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



IL TORCOLIERE • Officine Grafico-Editoriali d'Ateneo
Università di Napoli L'Orientale
prodotto nel mese dicembre 2025

germanica;

Annali. Sezione germanica
35 (2025)

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 Einengang des öffentlichen Raumes in Zeitzeugeninterviews jüdischer Emigrant_innen nach Palästina

note; recensioni

ISSN 1124-3724