

MESSAGGI POSITIVI NELLO SPAZIO LINGUISTICO URBANO: UN CASO DI STUDIO NELLE PROVINCE DI VARESE E COMO

Paolo Nitti, Laura Carriero¹

1. INTRODUZIONE

Questo contributo intende esaminare il fenomeno dei messaggi positivi nello spazio linguistico pubblico, muovendo da una prospettiva descrittiva senza tuttavia trascurare la complessità dei contesti d'uso. L'obiettivo è di evidenziare e discutere le principali caratteristiche pragmatiche e discorsive dei messaggi positivi che emergono nel paesaggio linguistico urbano, con particolare attenzione ai contesti specifici delle città di Varese e Como, considerate come casi di studio significativi per lo studio qui presentato.

A tal fine, mediante l'analisi sistematica di un corpus di esempi concreti, raccolti direttamente sul territorio attraverso l'osservazione e la documentazione fotografica, e attraverso il confronto critico con la letteratura scientifica di riferimento, si vuole mostrare come le scritte sui muri, pur presentandosi spesso come espressioni spontanee e apparentemente emancipatorie, siano frequentemente utilizzate per perpetuare rappresentazioni cristallizzate, inserendosi così nel più ampio discorso del potere e contribuendo alla sua riproduzione simbolica.

L'indagine proposta, dunque, si sviluppa su più livelli di analisi: semantico, morfosintattico, pragmatico e, in parte, grafico-visivo, con l'obiettivo di cogliere la complessità del messaggio positivo nelle sue diverse dimensioni costitutive, nonché di comprenderne la funzione nella costruzione, nella negoziazione e nel mantenimento di gerarchie all'interno dello spazio sociale urbano. Particolare attenzione è inoltre rivolta alle strategie linguistiche e retoriche attraverso cui tali messaggi vengono formulati e resi riconoscibili nello spazio pubblico.

In questa prospettiva, il paesaggio linguistico viene considerato come un luogo di tensione e negoziazione, in cui si riflettono e si ridefiniscono rapporti di potere e processi di inclusione ed esclusione.

Infine, sul piano terminologico, si precisa che in questo saggio le etichette "spazio linguistico", "linguistic landscape" e "paesaggio linguistico" sono impiegate come sinonimi, in funzione del territorio, e non vengono intese in senso più ampio come riferimento ai repertori linguistici o all'insieme delle varietà, in linea con quanto proposto da De Mauro (2018).

2. LA RICERCA SULLO SPAZIO LINGUISTICO URBANO: LINEE STORICO-METODOLOGICHE

Lo spazio linguistico urbano può essere definito come l'insieme dei segni linguistici che caratterizzano e connotano lo spazio pubblico di un determinato territorio: «the language of public road signs, advertising billboards, street names, place names,

¹ Università degli Studi dell'Insubria.

Seppur concepito in forma unitaria, a Paolo Nitti vanno attribuiti i §§ 1, 2, 3 e 5, e a Laura Carriero il § 4.

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).

Più nello specifico, lo spazio linguistico urbano rappresenta una componente rilevante dell'esperienza «quotidiana di singoli e comunità e costituisce lo sfondo imprescindibile per ogni attività sociale» (Bellinzona, 2018: 62). In effetti, in quanto parte integrante del contesto di vita degli individui, esso assume anche una funzione identitaria: «linguistic landscape, indeed, constitutes the very scene – made of streets, corners, circuses, parks, buildings – where society's public life take places. As such, this scene [...] serve as the emblems of societies, communities and regions» (Ben-Rafael *et al.*, 2006: 8).

Ripercorrendo alcune delle principali ricerche sullo spazio linguistico, si osserva come i primi studi, sviluppatasi verso la fine del Novecento, si fondassero su presupposti di carattere etnolinguistico (Cardona, 2006). In particolare, Rosenbaum, Nadel, Cooper e Fishman (1977) hanno analizzato l'influenza esercitata dalle politiche linguistiche ufficiali sulla visibilità delle lingue nello spazio pubblico a Gerusalemme. Analogamente, Tulp (1978) ha esaminato il caso di Bruxelles, dimostrando come il francese risultasse dominante nonostante la co-ufficialità del neerlandese. Allineandosi alla stessa prospettiva, Monnier (1989) ha studiato l'impatto della "Bill 101" in Québec, che imponeva l'uso del francese nella segnaletica commerciale, evidenziando il ruolo normativo delle politiche linguistiche e il loro effetto sulle pratiche vivive.

Tuttavia, attraverso il contributo di Landry e Bourhis del 1997, la ricerca sullo spazio linguistico acquisisce una piena definizione sul piano epistemologico e metodologico, poiché gli studiosi forniscono la prima definizione sistematica di paesaggio linguistico, collegandolo al concetto di vitalità etnolinguistica. Inoltre, l'analisi condotta in Québec ha dimostrato come la visibilità delle lingue nello spazio pubblico rifletta la forza percepita delle diverse comunità linguistiche.

Successivamente, nel 2006, Gorter ha curato un volume che ha segnato una fase fondamentale degli studi sullo spazio linguistico, caratterizzata da un approccio prevalentemente quantitativo e distributivo. In questa stessa linea si colloca il lavoro di Backhaus (2007), che, attraverso la prima monografia dedicata al tema, analizza il caso di Tokyo, confermando l'efficacia dell'approccio distributivo nella valutazione della vitalità e della creatività linguistica. Nei primi anni Duemila, inoltre, l'interesse per lo spazio linguistico si è consolidato anche in ambito europeo: Cenoz e Gorter (2006) hanno evidenziato il ruolo delle politiche linguistiche nella visibilità delle lingue minoritarie nei Paesi Baschi e in Frisia, mentre Hornsby (2008) ha mostrato come il bretone in Bretagna sia impiegato prevalentemente con finalità promozionali, soprattutto in funzione turistica, più che come strumento comunicativo quotidiano.

Sempre nei primi anni Duemila emergono le prime specializzazioni negli studi sullo spazio linguistico, con una differenziazione delle prospettive di analisi. In questo contesto, Scollon e Scollon (2003), introducendo nel *linguistic landscape* il concetto di "geosemiosi", hanno messo in rilievo l'importanza del posizionamento sociale e culturale dei segni nello spazio. Su queste basi, Shohamy e Gorter (2009) hanno curato un volume che ha segnato un'apertura verso approcci qualitativi e semiotici nello studio dello spazio linguistico urbano.

In seguito, l'analisi delle relazioni di potere ha caratterizzato una parte consistente delle ricerche, in particolare, in relazione alle lingue minoritarie (Bellinzona, 2021). Ad esempio, Salo (2012) ha messo in luce la tensione tra valorizzazione economica e marginalizzazione simbolica di tali lingue; Leeman e Modan (2009) hanno evidenziato come la lingua cinese a Washington D.C. venga utilizzata soprattutto come simbolo commerciale piuttosto che come espressione di una comunità viva; Barni e Bagna (2020), invece, hanno osservato

che a Roma la lingua cinese assume una forte visibilità anche in assenza di una corrispondente presenza demografica.

Per quanto riguarda il contesto africano, Kasanga (2010) ha analizzato la Repubblica Democratica del Congo mediante una lente sociolinguistica, mostrando come il francese e l'inglese si distribuiscano ruoli comunicativi e simbolici nella cartellonistica, in linea con il concetto di diglossia (Berruto, 2003). In precedenza, Stroud e Mpendukana (2009) avevano collegato la mescolanza linguistica alla stratificazione socioeconomica in Sudafrica, mantenendo l'attenzione sulle dinamiche di potere.

In relazione alla compresenza e al contatto tra lingue diverse, Gorter e Cenoz (2015) hanno introdotto il concetto di *translanguaging* nella ricerca sullo spazio linguistico, sostenendo la necessità di analizzare il contatto linguistico su scale territoriali ridotte, come quella del quartiere. In modo analogo, Otsuji e Pennycook (2010), introducendo il concetto di metrolinguismo, e Jørgensen *et al.* (2011), quello di polilinguismo, hanno descritto l'uso fluido e dinamico delle lingue nei contesti urbani².

Infine, Pavlenko e Mullen (2015) hanno sottolineato l'importanza della dimensione diacronica per comprendere i cambiamenti linguistici nello spazio urbano, collegando gli studi sul paesaggio linguistico a una prospettiva storica. Sempre in relazione al rapporto tra lingua, memoria e costruzione dell'identità sociale, è rilevante l'indagine di Bilkić (2018), che analizza il caso della Bosnia-Erzegovina dopo la guerra del 1992-1995, mostrando come gli spazi urbani e semi-pubblici siano stati segnati da graffiti veicolanti messaggi etnici, partigiani o intimidatori, contribuendo alla costruzione di narrazioni locali radicate nella memoria collettiva.

3. LO SPAZIO LINGUISTICO URBANO E I MESSAGGI POSITIVI

Nonostante la ricerca sullo spazio linguistico urbano, da un lato, abbia incontrato difficoltà nel trovare una collocazione stabile all'interno delle scienze del linguaggio, dall'altro risulta evidente il contributo che tali indagini – numerose e multifaccettate – offrono rispetto alla comprensione del rapporto fra i gruppi di parlanti e la dimensione linguistica, nonché delle politiche linguistiche, toccando anche l'ambito delle relazioni di potere e delle rivendicazioni sociali e professionali (Baldi, 2022).

Come emerge dalla rassegna dei principali studi sullo spazio linguistico, questo settore di ricerca risulta oggi ben inserito nel panorama accademico delle scienze del linguaggio, offrendo dati considerati solidi e affidabili. Bellinzona (2018: 298) osserva inoltre che i dati raccolti attraverso tale prospettiva metodologica presentano un'elevata economicità:

dal momento della prima concettualizzazione [...], sempre più studiosi si sono interessati allo studio del linguistic landscape in diverse aree del mondo. Ciò è dovuto alla grande validità ed economicità di tale approccio, vantaggi questi che hanno permesso un ampliamento della disciplina sia dal punto di vista di studi descrittivi, sia sul piano teorico, sebbene in questo senso vi sia ancora molto da fare per definire in maniera univoca metodologie e tassonomie di analisi.

L'osservazione dei segni linguistici nello spazio urbano si rivela particolarmente utile, in quanto offre un punto di vista privilegiato sulla coesistenza di comunità etnolinguistiche differenti e sui rapporti tra i gruppi di parlanti. A questo proposito, Baldi (2022) sottolinea

² Si precisa, tuttavia, che questi ultimi studi toccano la prospettiva del *linguistic landscape* tangenzialmente, in quanto non si riferiscono, in modo descrittivo, ai segni visibili nello spazio pubblico ma trattano chiaramente il rapporto tra linguaggio e spazio urbano.

come il discorso del potere tenda a generare, perpetuare e stabilizzare nel tempo e nello spazio le relazioni di potere. Più nello specifico, sul piano metalettico, una scritta su un muro, in uno spazio pubblico, può configurarsi come espressione del discorso di potere, con l'obiettivo di contrastare, delegittimare o legittimare le relazioni tra diverse comunità, talvolta rivolgendosi anche a singoli individui, attraverso un senso di partecipazione, appartenenza e di patriottismo (Figura 1).

Figura 1. *Con la testa con le gambe con il cuore*



Lo spazio linguistico urbano consente dunque di esprimere dissenso o diletteggio, ma anche di sedimentare idee o di sensibilizzare l'opinione pubblica (tra gli altri, cfr. Ritchie, Goodchild, Dohle, 2016). In questa direzione, Lippmann (2004[1922]: 19) osserva che frequentemente «ciò che l'individuo fa si fonda non su una conoscenza diretta e certa, ma su immagini che egli si forma o che gli vengono date». Ne consegue che un'espressione scritta su un muro urbano trasmette un contenuto dotato di funzione espressiva e può influenzare i lettori secondo modalità differenti. La funzione conativa delle scritte sui muri presenta infatti tratti sia informativi sia verdittivi, combinando spesso elementi riconducibili alla creatività linguistica.

Per quanto riguarda la relazione tra lo spazio linguistico urbano e il comportamento linguistico degli individui, Bellinzona (2018: 298) evidenzia come il primo costituisca spesso una precondizione del secondo:

Il LL è parte della vita di singoli e comunità, in quanto costituisce lo sfondo di ogni attività sociale. La forte presenza di una lingua nel LL rende esplicito il suo valore all'interno della società ma, contemporaneamente, è la presenza

stessa della lingua sui segni a farne aumentare il prestigio agli occhi dei passanti. Risulta evidente, perciò, la capacità del LL di influenzare direttamente il comportamento linguistico degli individui: l'assenza o la presenza di una lingua sui segni può condizionare la percezione e gli atteggiamenti della gente e influenzarne l'impiego nella società.

Sulla base di queste considerazioni e delle indagini sulle scritte insultanti e sessiste, presenti nelle province di Varese e Como (Nitti, 2025; 2024), è stata condotta una ricerca sui messaggi positivi.

Più nello specifico, il messaggio positivo può essere definito come una produzione linguistica breve, esposta nello spazio pubblico, orientata alla trasmissione di contenuti affettivi, relazionali o valoriali, caratterizzata da una marcata funzione espressiva e conativa (Wilkinson, Grill, 1996). Si tratta di enunciati che veicolano significati percepiti come favorevoli, desiderabili o socialmente condivisibili – quali amore, amicizia, sostegno, appartenenza o aspirazioni ideali – e che si inscrivono nello spazio linguistico urbano contribuendo alla costruzione simbolica del contesto sociale e alimentando il discorso del potere. Tali messaggi, secondo una prospettiva cognitivista, veicolano contenuti di sostegno, motivazione, accoglienza o valorizzazione dell'altro (Rozin, Berman, Royzman, 2010).

Il carattere positivo non dipende esclusivamente dal contenuto semantico, ma è determinato dall'intenzione comunicativa e dall'effetto pragmatico prodotto, che tende a rafforzare legami, evocare emozioni (Figura 2) o proporre valori e visioni del mondo.

Figura 2. *Esempio di messaggio positivo*



Dal punto di vista formale, il messaggio positivo si distingue per la tendenza alla sintesi, per l'uso frequente di strutture minime e per il ricorso a strategie di intensificazione semantica, tra cui l'impiego di simboli, elementi iconografici, diminutivi e costruzioni convenzionali. Come avviene anche per le scritte insultanti, la dimensione creativa gioca un ruolo centrale, attraverso la manipolazione di polirematiche, idiomatismi e collocazioni, che consente di produrre effetti espressivi anche in spazi testuali ridotti. La manipolazione non si presenta come mero riferimento ludico o espressivo, ma può

configurare anche una proposta ideologica: la rielaborazione di formule note equivale a inserire i valori familiari in un contesto nuovo, rafforzandone la presa simbolica.

Inoltre, il messaggio positivo si colloca in una posizione intermedia fra il contesto pubblico e quello privato, infatti, pur essendo visibile a una collettività ampia e indeterminata, mantiene spesso un orientamento verso destinatari specifici, configurandosi come una forma di comunicazione esposta, tuttavia selettiva (Ben-Rafael, 2008). Questa ambivalenza contribuisce a definire la sua funzione nello spazio urbano, dove l'espressione individuale si intreccia con dinamiche sociali più ampie. Per quanto riguarda i messaggi positivi, il riferimento principale è la definizione proposta da Dodds *et al.* (2015), i quali, attraverso un'analisi computazionale su larga scala, hanno evidenziato come il linguaggio umano presenti un marcato *positivity bias*. In effetti, secondo questi autori, le parole a valenza positiva sono statisticamente predominanti rispetto a quelle negative, svolgendo anche una funzione sociale fondamentale e facilitando la coesione fra gli individui e la costruzione di relazioni collaborative all'interno delle comunità. Questo aspetto è particolarmente significativo, se considerato nello spazio urbano, dove il linguaggio scritto sui muri veicola informazioni, contribuendo anche a rafforzare legami sociali impliciti o a perpetuare, più o meno implicitamente, forme di discriminazione.

In merito alla dimensione del linguaggio urbano, Maddison e Doebeli (2013) propongono una classificazione tematica delle scritte sui muri cittadini, evidenziando come i contenuti si distribuiscano secondo categorie ricorrenti. Tra queste, emergono messaggi affettivi e personali, che, pur rappresentando una sottocategoria, assumono una rilevanza analitica significativa, poiché offrono uno spaccato diretto delle emozioni e delle esperienze quotidiane dei cittadini. La possibilità di isolare tali messaggi permette di comprendere non solo la funzione decorativa o provocatoria delle scritte, ma anche il loro ruolo come strumenti di comunicazione emotiva e sociale.

Parallelamente, Pošeiko (2014) sottolinea che i segni presenti nello spazio linguistico urbano, incluse le scritte sui muri, svolgono una funzione eminentemente espressiva. Attraverso questi segni, gli individui possono manifestare emozioni, atteggiamenti e posizioni sociali, trasformando i muri della città in veri e propri strumenti di dialogo implicito tra cittadini. Questo fenomeno mostra come il linguaggio urbano non sia mai neutrale, ma foriero di significati che riflettono la complessità dei rapporti sociali e delle identità individuali.

In seguito, l'analisi di Radavičiūtė (2017) sul paesaggio linguistico di Tbilisi offre ulteriori conferme: le scritte sui muri, oltre a essere espressioni individuali, partecipano alla costruzione di discorsi socialmente rilevanti, partecipando attivamente alla definizione di dimensioni identitarie ed espressive della città. I messaggi scritti sui muri, pertanto, riflettono stati d'animo e relazioni personali, testimoniando i processi di appartenenza e di riconoscimento sociale, integrandosi nella dinamica più ampia della comunicazione urbana.

In linea con queste osservazioni, Li e Liu (2023) evidenziano come le scritte sui muri possano diventare strumenti capaci di generare connessioni emotive e un senso di comunità, assumendo quindi un ruolo fondamentale nella costruzione di identità collettive e nel rafforzamento dei legami relazionali all'interno dello spazio urbano. Anche Moskovljevic (2023), analizzando le scritte sui muri nel contesto di Hong Kong, sottolinea come queste forme di scrittura partecipino alla produzione discorsiva pubblica, costruendo significati sociali e identitari anche al di fuori di contesti conflittuali e dimostrando che la funzione dei graffiti trascende spesso la provocazione o la contestazione. Le stesse considerazioni, inoltre, sono confermate dagli esiti degli studi di Zhang (2025).

Infine, Tenedero *et al.* (2025) ribadiscono come le scritte sui muri rappresentino pratiche discorsive capaci di veicolare significati sociali ed emotivi complessi, includendo

atteggiamenti, opinioni e relazioni interpersonali. Queste produzioni linguistiche possono manifestarsi anche in forme apparentemente non conflittuali, come nel caso dei messaggi di pace o di incoraggiamento (Figura 3), evidenziando come lo spazio urbano diventi un palcoscenico per la negoziazione simbolica di valori condivisi e per l'espressione partecipativa di stati d'animo collettivi. Tale funzione è ben attestata negli studi sul *linguistic landscape* (Padilla-Cruz, 2019) ed è definita di rivendicazione (*venting*).

Figura 3. Esempio di *venting*: "no alla guerra"



Complessivamente, queste ricerche mostrano come le scritte urbane costituiscano strumenti complessi di comunicazione e interazione sociale, fungendo da mediatori tra la dimensione individuale e quella collettiva, tra l'emozione e l'identità.

Infine, il messaggio positivo può essere interpretato come una pratica discorsiva che partecipa alla costruzione e alla circolazione di valori all'interno dello spazio linguistico, inserendosi, talvolta in modo implicito, nelle relazioni di potere e nei processi di rappresentazione sociale che attraversano il paesaggio urbano.

Per quanto concerne infine il piano normativo, si ricorda che le scritte sui muri, anche nel caso veicolino messaggi positivi, configurano un reato disciplinato dall'articolo 639 del Codice Penale, la cui sanzione può variare dal pagamento di una multa fino alla reclusione, in base alla fattispecie e alla gravità del fatto. Diverso è il caso dei graffiti artistici, la cui regolamentazione è generalmente demandata agli enti locali, generando frequentemente qualche ambiguità tra i due fenomeni, soprattutto quando un graffito artistico viene utilizzato per coprire o trasformare un'espressione precedentemente caratterizzata da linguaggio d'odio (Mouzakiotou, 2020).

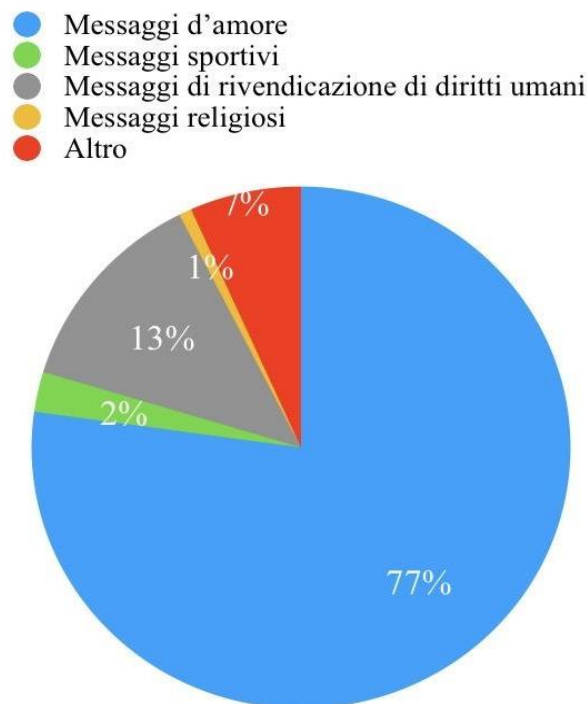
4. L'ANALISI DEI DATI

La selezione del materiale esaminato in questo studio è stata limitata geograficamente alle province amministrative di Varese e Como, in quanto per la raccolta dei dati sono stati coinvolti gli studenti e le studentesse degli insegnamenti di Linguistica cognitiva e Psicolinguistica e Informazione dei Corsi di Laurea in Scienze della Comunicazione e Scienze e Tecniche della Comunicazione, dell'Università degli studi dell'Insubria, nell'a.a. 2025/2026. In merito alle indicazioni fornite agli studenti e alle studentesse, si è precisata la condizione di positività del messaggio, secondo le premesse contenute nel paragrafo precedente. La raccolta dei dati è durata tre mesi (da ottobre a dicembre 2025). L'analisi delle stringhe linguistiche è stata effettuata tramite una raccolta di fotografie. Le stringhe sono state successivamente catalogate ed etichettate in un documento contenente

l'indicazione del contenuto testuale del messaggio, la località in cui è stato fotografato e una serie di annotazioni rispetto alla forma del messaggio, presenza di disegni o *emoji*, colore della scritta e altre caratteristiche rilevanti proprie dell'espressione presa in esame. Inoltre, sono stati evidenziati degli elementi specifici dei contenuti e della forma delle scritte, che hanno permesso di individuare delle ricorrenze, tematiche e caratteristiche della comunicazione spontanea nello spazio linguistico urbano e degli stessi messaggi dal contenuto positivo. Le categorie per l'analisi, condotta dagli autori del contributo, hanno riguardato aspetti lessicali, morfosintattici, semantici, stilistici e grafici, in relazione alle stesse categorie impiegate per l'analisi dei messaggi d'odio e di quelli sessisti (Nitti 2024; 2025).

L'analisi dei messaggi si è concentrata su un corpus di 1.166 messaggi positivi, espungendo tutte le stringhe che non si riferivano direttamente ai messaggi positivi, secondo le definizioni riportate nel paragrafo precedente (es. VARESE SOVRANA, LEGNANO OK, TutTTe paZZe tutte gaNZe). Il grafico 1 evidenzia la distribuzione dei contenuti, che sono stati categorizzati in messaggi d'amore (900), messaggi a contenuto sportivo (29), messaggi relativi alla rivendicazione dei diritti umani e invocazioni alla pace (150), messaggi religiosi (9), e sono stati inseriti nella categoria *Altro* tutti quei messaggi dal contenuto non assimilabile a queste categorie (es. *Siamo le uniche sopravvissute ad un attacco zombie*, BUON ANNO!) (78).

Grafico 1. *Distribuzione dei messaggi*



Come evidenziato dal Grafico 1, la maggioranza (77%) dei messaggi raccolti presenta un contenuto affettivo, seguita dalla categoria dei messaggi legati ai diritti umani (13%), mentre la categoria meno rappresentata è quella dei contenuti a sfondo religioso (1%).

Gli elementi linguistici con contenuto d'amore sono stati analizzati sulla base di una tassonomia strutturale che prende in considerazione elementi quali lunghezza del messaggio, composizione e costituzione:

Tabella 1. *Classificazione e lunghezza dei messaggi d'amore*

Lunghezza	Esempio	N. Occorrenze
Meno di 3 parole	“Buongiorno Principessa”	423
3 parole	“TI AMO CUCCIOLINO”	220
4 parole o più	“Simone ti amo ti prego non andartene - G”	257

Dalla Tabella 1 emerge che i messaggi brevi (composti da sintagmi di tre parole o meno) sono quelli che si riscontrano con maggior frequenza, per un totale di 643 occorrenze. Lo stesso modello è emerso dall'analisi condotta sulla presenza di insulti sessisti all'interno del contesto linguistico urbano delle province di Como e Varese (Nitti, 2025), dalla quale risultava che la maggior parte dei messaggi era composta da due termini, producendo quindi insulti tramite l'associazione della marca dispregiativa con il nome e omettendo la copula. Nel caso dei messaggi positivi, fra le scritte composte da due elementi, l'analisi rivela la presenza nutrita del sintagma verbale “ti amo”, privo di ulteriori connotazioni quali emittente o destinatario, dunque, concepito in senso globale e non con una funzione selettiva. Il messaggio scritto sul muro ha carattere di brevità e immediatezza, a prescindere dalla tipologia di contenuto e risulta caratterizzato dall'omissione di termini non necessari al fine comunicativo. La sintesi non risulta solamente una scelta stilistica, costituendo un modo per rendere il messaggio immediatamente leggibile nello spazio pubblico, quindi più efficace nella circolazione di valori e modelli condivisi. Nel caso del messaggio di tipo affettivo, l'analisi evidenzia che l'espressione del sentimento tramite i termini “ti amo” risulta nella maggior parte dei casi sufficiente a raggiungere lo scopo, anche se il messaggio risulta privo di ulteriori specificazioni.

La Tabella 2 illustra la classificazione dei messaggi d'amore in base alla loro struttura e composizione, prendendo in esame le caratteristiche specifiche legate alla produzione del contenuto linguistico ed elementi di creatività:

Tabella 2. *Classificazione delle strutture compositive dei messaggi d'amore*

Struttura	Esempio	N. Occorrenze
N. + “ti amo”/“ti amo” + N.	Patrizia ti amo	161
N. + copula + aggettivo	TOMMY SEI UNICO ❤️	20
N. + N.	E+D	169
Alterazione con suffissazione	BIANCA È LA MIA PAPEROTTA	15
Utilizzo di un soprannome	Ti amo Zorro	26
Abbreviazione del nome	Simo ti amo	103

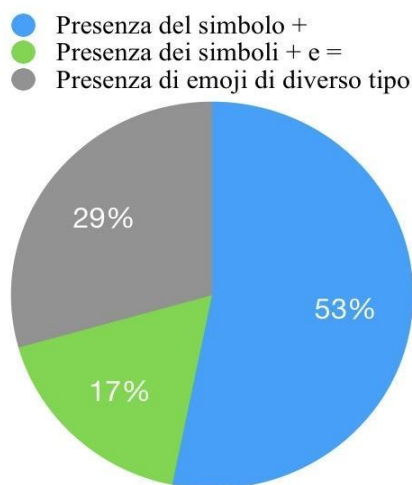
Un elemento rilevante evidenziato dalla Tabella 2, per ciò che concerne la produzione dei messaggi dal punto di vista qualitativo, è la manipolazione degli elementi linguistici tramite la suffissazione, che avviene nella totalità dei casi adoperando diminutivi e

vezzeggiativi (*PASTICCINO MIO TI ADORO TRP!*, *TI AMIAMO ALEXINO <3*). La costruzione delle parole in italiano prevede svariate possibilità di manipolazione tramite l'aggiunta di affissi, che modificano parzialmente la componente semantica della parola stessa. Nel caso dei diminutivi e vezzeggiativi si aggiunge o evidenzia la componente affettiva legata all'idea di dolcezza, che è già espressa, in questo caso, dal contenuto di carattere d'amore del messaggio.

Un ulteriore dato che emerge sul piano quantitativo è la frequenza di utilizzo delle strutture compositive: si evidenzia come quelle maggiormente ricorrenti siano costituite per mezzo dell'associazione fra nome, nomignolo, abbreviazione o iniziale al "ti amo" (*Ti amo Nicholas*, *Sabri Ti Amo!*) e l'associazione di due nomi, nomignoli, abbreviazioni o semplicemente iniziali tramite il segno grafico del + o quello del cuore (*Chantal + Giulia*, *SOFIA ♥EMMA*), individuate in un totale di 330 occorrenze. L'omissione del verbo non compromette, anche in questo caso, la trasmissione del significato, e la carica semantica viene in questi casi affidata per la maggior parte a simboli come il "+" o il simbolo del cuore.

Emerge dall'analisi del corpus che in 126 occorrenze il messaggio presenta simboli o *emoji* che si configurano pregni di contenuto semantico. Come evidenziato nel Grafico 2, nel 53% dei casi la presenza del simbolo matematico dell'addizione "+", significante l'unione di due termini ma privo del simbolo "=" a completamento dell'addizione (*S+C*, *P+LEO*); con minor frequenza (17%) si attesta la presenza di addizioni con il segno "=" (*Claudia + Lele = love*, *Viola + Taya=♥*). Il caso dell'associazione fra le addizioni matematiche e i messaggi d'amore è riconducibile al valore semantico del simbolo "+", in quanto forma sostitutiva della congiunzione "e" nella formazione del messaggio. Rispetto alla congiunzione però il simbolo dell'addizione aggiunge valore di unione e di idea generale di risultato, come testimoniato dall'utilizzo del simbolo "=" che assume il significato di risultanza, in questi casi di creazione di una coppia di persone in ottica affettiva. Questi espedienti sono inoltre ben consolidati nella tradizione delle pratiche discorsive e nel tempo, non costituendo semplicemente un rinforzo dell'espressività, ma producendo forme di adesione visiva e culturale, attraverso il ricorso a repertori già stabilizzati e facilmente riconoscibili dal pubblico.

Grafico 2. Distribuzione di simboli e segni iconografici portatori di carica semantica

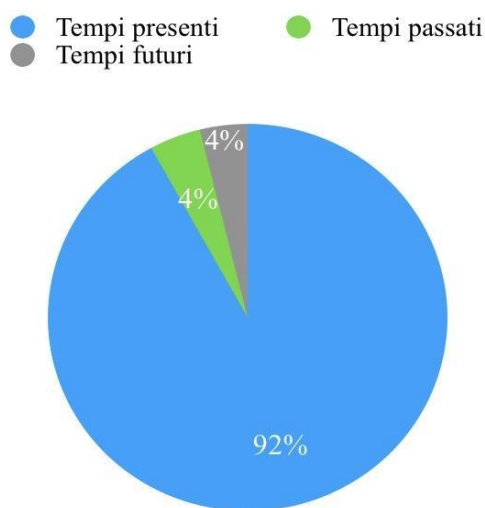


Il 29% del campione presenta al suo interno segni iconografici di vario genere come cuori, simboli dell'infinito o *emoji* (*LA AMO PROF RESY ♥*, *I♥∞*). L'iconografia

assume valore simbolico e di completezza di significato all'interno del contesto delle scritte nello spazio urbano e l'utilizzo nello specifico di *emoji* può essere ricondotto all'inferenza con la messaggistica istantanea e la comunicazione *social*, che non è relegata solamente dal contesto in cui si origina, ma le sue forme e modalità specifiche, quali l'utilizzo di emoji e simboli, sono in continua espansione all'interno di altri contesti comunicativi (Hoxhaj, 2012).

Il Grafico 3 mostra la distribuzione delle coniugazioni dei tempi verbali nel *corpus* suddivise fra tempi passati (26), tempi futuri (24), e tempi presenti (573).

Grafico 3. *Distribuzione dei tempi verbali*



Dall'analisi emerge che, nella maggior parte delle scritte all'interno delle quali è presente un sintagma verbale, il verbo viene adoperato al presente e soprattutto coniugato all'imperativo (*Amore pensami, Nina portami con te*). I casi in cui vengono utilizzati altri tempi verbali quali passato e futuro sono per lo più in occorrenze lunghe (composte da tre o più parole), che comprendono oltre a dediche originali anche citazioni di poesie, canzoni, testi letterari, che veicolano un significato maggiormente complesso e articolato (es. *è nato tutto da un gioco di sguardi, NON TI LASCERÒ MAI CUORICINA*).

Inoltre, la Tabella 3 mostra la distribuzione di utilizzo di differenti colori per la produzione delle scritte:

Tabella 3. *Classificazione e distribuzione dell'utilizzo dei colori per la produzione dei messaggi positivi*

Colore principale	Percentuale (%)	Funzione prevalente	Obiettivo cognitivo
Nero	94,30%	Strumentale/pragmatica	Massimo contrasto di luminanza
Rosso	4,00%	Semantica/emotiva	Rinforzo simbolico (amore/passione)
Bianco	1,55%	Strumentale/adattiva	Contrasto inverso su sfondi scuri
Altri (Blu, Viola, Verde)	< 0,15%	Marginale	Scarsa efficacia percettiva

L'analisi dei dati conferma una gerarchia di colori di rilevanza universale: il nero e il bianco sono termini cromatici in ogni lingua e qualora sia presente un terzo termine, esso è invariabilmente il rosso (Berlin, Kay, 1969).

Il nero, utilizzato nella quasi totalità delle occorrenze (94,30%), esprime il massimo livello di contrasto, riducendo nel lettore lo sforzo di decodifica del messaggio. Il rosso, usato in un numero relativamente esiguo di scritte (4,00%), si configura invece come marcatore di intensità visiva: la scritta è resa percettivamente più urgente rispetto ad un messaggio scritto con un altro colore (Lakoff, Johnson, 1980). Le altre occorrenze quali l'utilizzo del bianco o di altri colori quali blu, viola o verde, riscontrate all'incirca nel 2% dei casi, si configurano come risultato di una scelta dovuta alle circostanze specifiche del contesto, quali ad esempio la disponibilità di materiali o il contrasto con la superficie di partenza. È da rilevare, inoltre, che alcuni smalti e alcune vernici tendono a sfumare nel corso del tempo e a rovinarsi.

L'analisi dimostra che la scelta del colore nell'ambito delle scritte murali urbane non risolve esigenze simboliche quanto esigenze pragmatiche, legate in primo luogo alla volontà di rilevanza del messaggio rispetto allo sfondo e al contesto in cui è collocato e, in secondo luogo, ai mezzi di cui l'autore dispone al momento della creazione del messaggio.

Figura 4. *Uso del colore - Sposami ogni giorno*



Dal corpus preso in esame per l'analisi dei messaggi positivi nel contesto dello spazio urbano emerge un certo grado di creatività linguistica legata alla produzione, utilizzo e manipolazione di polirematiche e si rilevano anche alcuni casi di rottura di collocazioni.

Un esempio è l'abbinamento del verbo *fare* che si trova collegato con *amore* (*Vuoi fare l'amore con me, stasera?*). In questi casi, la polirematica assolve la funzione di comunicare un'attività umana evitando la forma di tabuizzazione relativa alla resa esplicita. Nell'esempio *Facciamo l'amore non la guerra* viene ripreso lo slogan politico, tradotto dall'inglese *Make love not war*, ampiamente adoperato e documentato fin dai suoi primi utilizzi negli anni '60 come motivo contro la guerra in Vietnam.

Gli slogan e le citazioni sono molto presenti nei messaggi positivi scritti sui muri e, talvolta, vengono modificate sulla base delle esigenze conative, come emerge nell'esempio seguente, tratto da una traduzione delle prime pagine di *Paper Towns*, scritto da John Green. Così, anche gli slogan e le formule di pronta riconoscibilità, pur nella loro apparente semplicità, non devono essere considerati soltanto come materiali espressivi o citazionali. È opportuno evidenziare, infatti, come il messaggio positivo si appoggi spesso a forme linguistiche già sedimentate e socialmente condivise, che vengono riattivate nello spazio urbano per produrre effetti di adesione, legittimazione e diffusione di determinati valori. In questo senso, la loro ricorrenza segnala la capacità di tali enunciati di inserirsi in dinamiche più ampie di costruzione discorsiva e di riproduzione simbolica.

Figura 5. *Il problema di questa città*



La rottura di collocazioni si riscontra nella manipolazione delle polirematiche e degli idiomatismi al fine di creare significati inaspettati e poetici adottando tecniche produttive di diverso genere. Più in particolare, nel corpus emergono diversi casi di manipolazione creativa di polirematiche, collocazioni, e idiomatismi tramite l'utilizzo di diverse tecniche produttive. Un esempio è l'associazione di termini opposti sul piano della semantica, come nel messaggio *Testa o cuore?* (Figura 7), che va ad unire l'espressione *Testa o croce* con il concetto di angoscia e aleatorietà che accompagna sovente le situazioni affettive, soprattutto in adolescenza. Un altro esempio di creatività produttiva è il messaggio *stammi addosso, che vicino è troppo lontano*: in questa occorrenza emerge la manipolazione dell'idiomatismo *non starmi addosso*, che indica un'invasione dello spazio personale dell'emittente da parte del destinatario, e un generale sentimento di pressione e angoscia dal punto di vista pragmatico. Nella scritta l'espressione viene alterata in senso affermativo esprimendo una volontà di vicinanza. L'ulteriore manipolazione creativa presente nell'esempio di cui sopra si riscontra nella seconda parte del messaggio, che cita *vicino è troppo lontano*: la rottura di collocazione in questo caso sta nell'antitesi risolta nell'abbinamento fra opposti, *vicino* e *lontano*, come se rappresentassero uno spazio fisico accomunato da una condizione di eccessiva distanza. L'antitesi configura un dispositivo molto presente nelle scritte d'amore (Figure 6-7-8).

Figura 6. *Stammi addosso*



Figura 7. *Testa o cuore?*

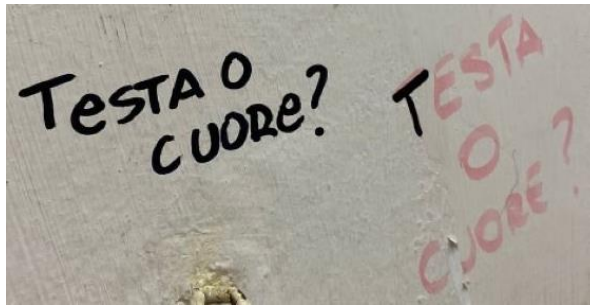


Figura 8. *Ti amo più di ieri*



Un ulteriore esempio di manipolazione di strutture lessicali si trova nello spostamento di una polirematica dal significato figurato quale *filo logico*, che non indica un oggetto concreto ma è un modo per indicare la presenza di coerenza contenutistica all'interno di un prodotto linguistico scritto od orale quale ad esempio un documento, un dialogo o un monologo. Nell'esempio *c'è un filo logico e la gente inciampa!* (Figura 9), il significato metaforico del *filo logico* viene trasportato nella realtà sensibile diventando un ostacolo che impedisce alla *gente* di proseguire in un percorso, che esso stesso diventa da figurato esperibile. L'esempio preso in esame vuole indicare l'incapacità del pubblico di individuare

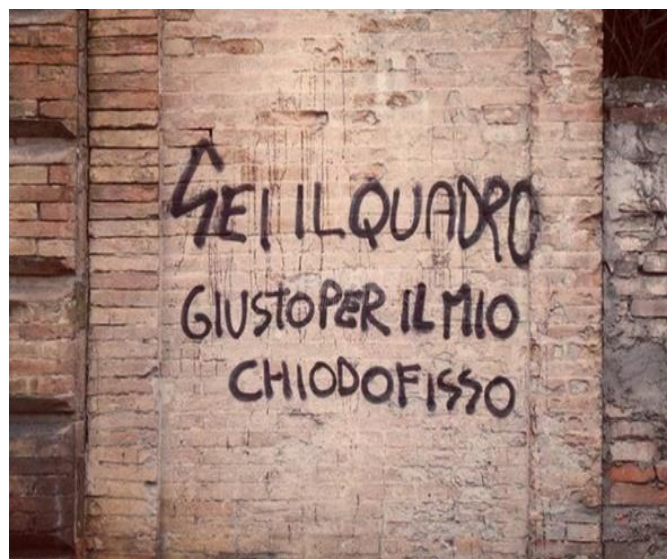
i nessi logici che compongono un ragionamento, risultando in incomprensioni e difficoltà comunicative fra le persone.

Figura 9. *C'è un filo logico*



Allo stesso modo, *Sei il quadro giusto per il mio chiodo fisso* (Figura 10) utilizza una tecnica produttiva simile. Con la polirematica *chiodo fisso* non si intende infatti un oggetto concreto ma un pensiero costante, un'ossessione, un tormento intellettuale; in questo esempio il suo significato metaforico viene trasportato nella realtà concreta dove esso funge da appiglio ideale per un *quadro giusto*, ovvero la persona destinataria del messaggio che si pone a completamento dell'emittente.

Figura 10. *Sei il quadro giusto*



Un ulteriore esempio di manipolazione e creazione di strutture inaspettate è la scritta *Siamo fatti non parole*, che gioca sul molteplice significato della parola *fatto* e la costruzione lessicale basata sulla contrapposizione fra *fatti* e *parole*, come la differenza fra discussione e azione. In questo caso il significato della parola *fatti* nel senso di *azioni* si sovrappone al significato colloquiale della polirematica *essere fatti*, come indicazione di uno stato di coscienza alterato indotto dall'assunzione di sostanze stupefacenti.

In alcuni casi, il corpus rileva errori dovuti alla fretta con cui si scrivono i messaggi, probabilmente di notte per non essere riconosciuti. Altri errori possono essere voluti per focalizzare l'attenzione sul messaggio o causati da incompetenza linguistica degli individui.

Figura 11. *Se non ti avrei conosciuta*



La produzione creativa di messaggi affettivi si configura come un terreno ricco di esempi di sperimentazione linguistica e apre un ampio ventaglio di possibilità tecniche grazie alle possibilità combinatorie proprie della lingua italiana e tramite l'esplorazione semantica di prodotti quali polirematiche e idiomatismi.

5. CONCLUSIONI

Le analisi condotte permettono di delineare con chiarezza alcune tendenze ricorrenti nella produzione dei messaggi positivi nello spazio linguistico urbano, mettendo in luce la complessità di un fenomeno che, pur presentandosi come spontaneo e immediato, rivela strutture, scelte e regolarità ben definite. Il dato più evidente riguarda la netta prevalenza dei contenuti di natura affettiva, che conferma la funzione dello spazio urbano come luogo privilegiato per l'espressione di relazioni interpersonali, emozioni e forme di auto-rappresentazione, in linea con quanto già osservato negli studi sul comportamento sociolinguistico spontaneo (Dentico, 2021).

Dal punto di vista formale, emerge una forte tendenza alla brevità e alla condensazione del significato: i messaggi si configurano come enunciati essenziali, spesso ridotti a poche parole o addirittura a combinazioni minime di elementi linguistici e simbolici. Tale economia espressiva non compromette la trasmissione del contenuto, ma anzi ne rafforza l'immediatezza, affidando la costruzione del senso a strategie implicite, come l'omissione di elementi sintattici, l'uso di simboli e il ricorso a forme altamente convenzionali quali "ti amo". In questo quadro, la funzione conativa ed espressiva risulta centrale, mentre la dimensione informativa si intreccia con quella evocativa e relazionale.

L'analisi delle strutture compositive evidenzia inoltre un uso diffuso di nomi propri, soprannomi, abbreviazioni e iniziali, che contribuiscono a costruire una dimensione semi-privata all'interno dello spazio pubblico. Il messaggio, pur essendo esposto in un contesto aperto e accessibile, mantiene spesso un destinatario specifico, producendo un effetto di tensione tra visibilità collettiva e indirizzamento individuale. In questo senso, lo spazio

linguistico urbano si configura come un luogo di negoziazione tra pubblico e privato, in cui pratiche comunicative intime vengono rese visibili e condivise.

Particolarmente significativa risulta la presenza di simboli ed elementi iconografici, che assumono un ruolo centrale nella costruzione del significato. L'uso del segno "+", del simbolo del cuore e delle emoji mostra una continuità con le pratiche comunicative digitali, confermando come le modalità espressive della messaggistica istantanea si estendano allo spazio urbano (Ervin, 2012). Tali elementi semiotici non si limitano a sostituire componenti verbali, ma contribuiscono a ridefinire le modalità di codifica del messaggio, introducendo livelli semantici ulteriori e rafforzando la componente relazionale.

Sul piano morfosintattico e lessicale, la produttività dei diminutivi e dei vezzeggiativi evidenzia una marcata tendenza alla valorizzazione della dimensione affettiva, mentre la manipolazione di polirematiche, collocazioni e idiomatismi segnala un alto grado di creatività linguistica. La rottura di strutture convenzionali e la rielaborazione di espressioni cristallizzate producono effetti di sorpresa, ambiguità e intensificazione semantica, dimostrando come anche in contesti comunicativi apparentemente semplici si attivino processi complessi di costruzione del significato.

Per quanto riguarda la dimensione temporale, la netta prevalenza del presente indica una focalizzazione sull'immediatezza dell'esperienza e sull'attualità dell'emozione, mentre l'uso più limitato di passato e futuro si associa a messaggi più articolati e narrativi. Analogamente, la distribuzione dei colori conferma la centralità di esigenze pragmatiche legate alla visibilità e alla leggibilità del messaggio: il predominio del nero risponde a criteri di efficacia percettiva, mentre il rosso assume una funzione di intensificazione simbolica, in linea con associazioni cognitive consolidate (Berlin, Kay, 1969; Lakoff, Johnson, 1980).

L'analisi dei dati ha mostrato che i messaggi positivi nello spazio linguistico urbano non possono essere considerati semplici manifestazioni spontanee o innocue di espressività individuale. Al contrario, si configurano come pratiche discorsive situate, inserite in un contesto sociale e comunicativo specifico, che ne orienta produzione, forma, circolazione e interpretazione. Secondo questa prospettiva, la ricorrenza di determinate scelte lessicali, morfosintattiche segnala la presenza di configurazioni discorsive più ampie, attraverso le quali si costruiscono e si rendono visibili valori condivisi, modelli relazionali, forme di appartenenza e modalità di riconoscimento reciproco. Così, la dimensione critica evocata nell'introduzione si lascia dunque cogliere proprio nell'analisi complessiva del corpus, nella misura in cui tali messaggi, pur presentandosi come espressioni positive e talvolta affettive, contribuiscono a naturalizzare rappresentazioni sociali e a inscrivere nello spazio urbano visioni del mondo che non sono mai neutre. Il dato linguistico, infatti, mostra come la positività possieda un effetto pragmatico e sociale, legato alle condizioni materiali della scrittura, alla scelta del supporto, alla visibilità pubblica del testo e alla relazione implicita con il pubblico. Pertanto, le scritte analizzate partecipano alla costruzione simbolica dello spazio urbano, funzionando come tracce di interazione, come indizi di posizionamento soggettivo e come segnali di un uso dello spazio pubblico che intreccia espressione individuale e significazione collettiva.

Da questo punto di vista, i risultati emersi consentono di rileggere il messaggio positivo non soltanto come forma comunicativa breve e creativa, ma anche come pratica che, pur in assenza di una conflittualità esplicita, si inserisce nel più ampio processo di produzione e riproduzione di rappresentazioni sociali nello spazio della città.

Nel complesso, i dati mostrano come i messaggi positivi nello spazio linguistico urbano costituiscano produzioni linguistiche strutturate, inserite in dinamiche sociali, culturali e comunicative più ampie. Attraverso pratiche di scrittura che combinano l'economia espressiva, la creatività e una forte carica simbolica, tali messaggi contribuiscono alla costruzione del paesaggio linguistico e alla definizione delle relazioni tra individui e spazio

pubblico, confermando il ruolo di quest'ultimo come luogo attivo di produzione di significati e di negoziazione sociale.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Backhaus P. (2007), *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*, Multilingual Matters, Clevedon (UK).
- Baldi B. (2022), "Parole violente, discriminazione di genere e inclusività nel linguaggio", in *Quaderni di Linguistica e Studi Orientali. Working Papers in Linguistics and Oriental Studies*, 8, pp. 71-96.
- Barni M., Bagna C. (2010), "Linguistic landscape and language vitality", in Shohamy E., Ben-Rafael E., Barni M. (eds.), *Linguistic landscape in the city*, Multilingual Matters, Bristol, pp. 3-18.
- Bellinzona M. (2021), *Linguistic landscape. Panorami urbani e scolastici nel XXI secolo*, FrancoAngeli, Milano.
- Bellinzona M. (2018), "Linguistic landscape e contesti educativi. Uno studio all'interno di alcune scuole italiane", in *Lingue Linguaggi*, 25, pp. 297-321.
- Berlin B., Kay P. (1969), *Basic color terms: Their universality and evolution*, University of California Press, Oakland.
- Ben-Rafael E. (2008), "A sociological approach to the study of linguistic landscapes", in Shohamy E., Gorter D. (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, London-New York, pp. 40-54.
- Ben-Rafael E., Shohamy E., Amara M. H., Trumper-Hecht N. (2006), "Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel", in Gorter D. (ed.), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon, pp. 7-30.
- Berruto G. (2003), *Fondamenti di sociolinguistica*, Laterza, Roma-Bari.
- Bilkić M. (2018), "Emplacing hate: Turbulent graffscapes and linguistic violence in post-war Bosnia-Herzegovina", in *Linguistic Landscape*, 4, 1, pp. 1-28.
- Cardona G. R. (2006), *Introduzione all'etnolinguistica*, UTET, Torino.
- Cenoz J., Gorter D. (2008), "The linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition", in *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 46, pp. 257-276.
- Cenoz J., Gorter D. (2007), "Knowledge about language and linguistic landscape", in Cenoz J., Hornberger N. (eds.), *Encyclopedia of language and education*, Springer, New York, pp. 343-355.
- Cenoz J., Gorter D. (2006), "Linguistic landscape and minority languages", in *International Journal of Multilingualism*, 3, 1, pp. 67-80.
- De Mauro T. (2018), *L'educazione linguistica democratica*, Laterza, Roma-Bari.
- Dentico M. (2021), "Tra decoro e degrado. Appunti per una semiotica dei segni urbani", in *Filosofi(e)Semiotiche*, 8, 1, pp. 33-52.
- Dodds P. S. et al. (2015), "Human language reveals a universal positivity bias", in *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112, 8, pp. 2389-2394.
- Gorter D. (2006), *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*, Multilingual Matters, Clevedon-Buffalo.
- Gorter D., Cenoz J. (2015), "Translanguaging and Linguistic Landscapes", in *Linguistic Landscape: An International Journal*, 1, 1-2, pp. 54-74.

- Hornsby M. (2008), "The incongruence of the Breton linguistic landscape for young speakers of Breton" in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 29, 2, pp. 127-138.
- Hoxhaj E. (2012), "The influence of instant messaging communication on standard written language and social communication", in *Mediterranean Center of Social and Educational Research*, 2, pp. 113-120.
- Jørgensen J. N., Karrebæk M. S., Madsen L. M., Møller J. S. (2011), "Polylinguaging in superdiversity", in *Diversities*, 13, 2, pp. 23-37.
- Kasanga L. A. (2010), "Streetwise English and French advertising in multilingual DR Congo: Symbolism, modernity, and cosmopolitan identity", in *International Journal of the Sociology of Language*, 206, pp. 181-205.
- Lakoff G., Johnson M. (1980), *Metaphors we live by*, University of Chicago Press, Chicago.
- Landry R., Bourhis R. Y. (1997), "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study", in *Journal of language and social psychology*, 16, 1, pp. 23-49.
- Leeman J., Modan G. (2009), "Commodified language in Chinatown: A contextualized approach to linguistic landscape", in *Journal of Sociolinguistics*, 13, pp. 332-362.
- Li S., Liu Y. (2023), "Emotional expressions in urban linguistic landscapes", in *SAGE Open*, 13, 4, pp. 1-12.
- Lippmann W. (2004 [1922]), *L'opinione pubblica*, Donzelli, Roma.
- Maddison R., Doebeli M. (2013), "The cultural evolution of Internet memes and graffiti", in *Journal of Cognition and Culture*, 13, 3-4, pp. 287-309.
- Monnier D. (1989), *Langue d'accueil et langue de service dans les commerces à...*, Conseil supérieur de la langue française, Montréal, Québec.
- Moskovljevic A. (2023), "Graffiti and the linguistic landscape of protest in Hong Kong", in *Street Art & Urban Creativity*, 9, 1, pp. 22-35.
- Mouzakiotou S. (2020), "Graffiti Art. Vandalism overturning the image of the urban landscape or scope of communication between fellow citizens", in *International Journal of Arts*, 10, 2, pp. 33-38.
- Nitti P. (2025), "Gli insulti sessisti nello spazio linguistico urbano", in *Italiano LinguaDue*, 17, 2, pp. 1095-1108:
<https://riviste.unimi.it/index.php/promoitals/article/view/30480>.
- Nitti P. (2024), "Gli insulti nello spazio linguistico urbano", in *Quaderni di Semantica*, 10, pp. 255-280.
- Otsuji E., Pennycook A. (2010), "Metrolingualism: Fixity, fluidity and language in flux", in *International Journal of Multilingualism*, 7, 3, pp. 240-254.
- Padilla-Cruz M. (2019), "On the pragmatic and conversational features of venting: A reply to Thorson and Baker", in *Social Epistemology Review and Reply Collective*, 8, 2, pp. 21-30.
- Pošeko S. (2014), "Linguistic landscape as a reflection of social change", in *Language for International Communication*, pp. 51-62.
- Radavičiūtė L. (2017), "Linguistic landscape of Tbilisi: Graffiti as a form of social expression", in *Respectus Philologicus*, 32, 37, pp. 94-104.
- Ritchie S., Goodchild S., Dohle E. (2016), "Language landscape: supporting community-led language documentation", in Ferreira V., Bouda P. (eds.), *Language documentation and conservation, SPO9: Language documentation and conservation in Europe*, University of Hawai'i Press, Honolulu, pp. 121-132.
- Rozin P., Berman L., Royzman E. (2010), "Biases in use of positive and negative words across twenty natural languages", in *Cognition & Emotion*, 24, 3, pp. 536-548.
- Salo H. (2012), "Using linguistic landscape to examine the visibility of Sámi languages in the North Calotte", in Gorter D., Marten H. F., Van Mensel L. (eds.), *Minority*

languages in the linguistic landscape, Palgrave-Macmillan, Basingstoke (UK), pp. 243-259.

- Scollon R., Scollon S. (2003), *Discourses in place: Language in the material world*, Routledge, London-New York.
- Shohamy E., Gorter D. (eds.) (2009), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, Routledge, London-New York.
- Stroud C., Mpendukana S. (2009), "Towards a material ethnography of linguistic landscape: Multilingualism, mobility and space in a South African township", in *Journal of Sociolinguistics*, 13, pp. 363-386.
- Tenedero E. *et al.* (2025), "Graffiti in the linguistic landscape: Social and emotional expressions", in *BRU ELT Journal*, 3, 1, pp. 45-60.
- Tulp S. M. (1978), "Reklame en tweetaligheid: Een onderzoek naar de geografische verspreiding van franstalige en nederlandstalige affiches in Brussel", in *Taal En Sociale Inegratie*, 1, pp. 261-288.
- Wilkinson C. A., Grill L. H. (1996), "Expressing affection: A vocabulary of loving messages", in Galvin K. M., Cooper P. J. (eds.) *Making connections: Readings in relational communication*, Roxbury Publishing, Los Angeles.
- Zhang T. (2025), "Caring, outcry, and transgression in urban gaps: a linguistic landscape study of handwritten slogans in Hong Kong", in *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, pp. 1-19.

