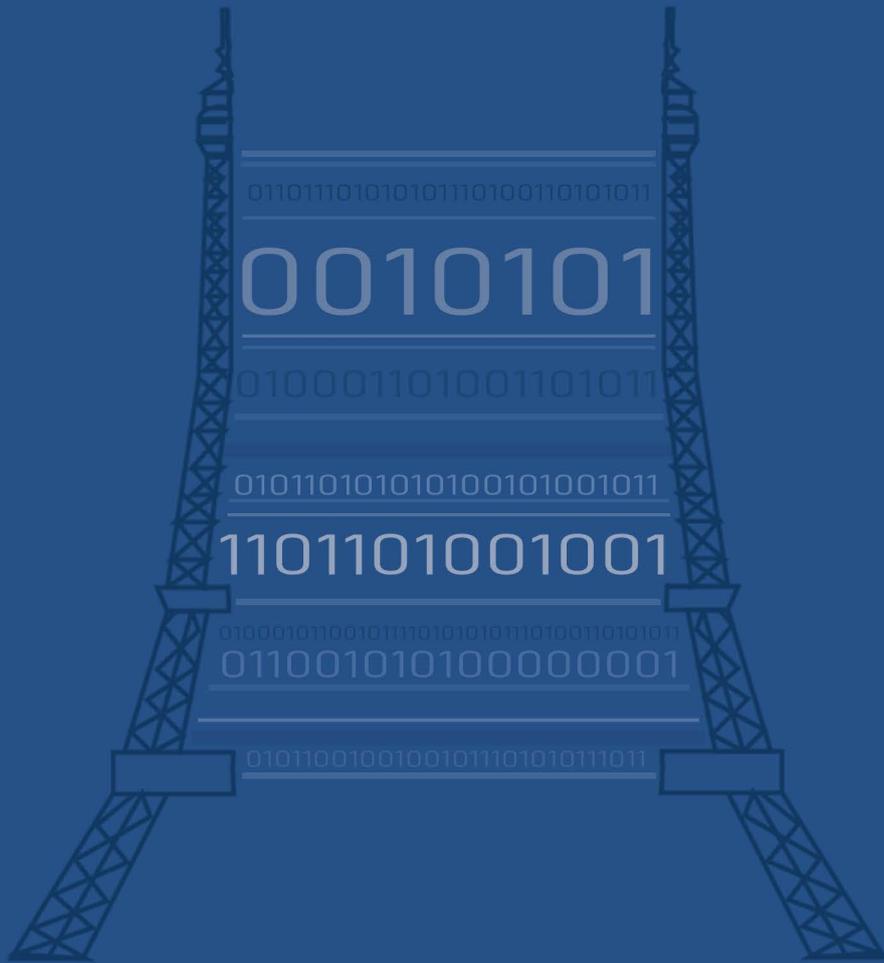


# vistazo.

6 | 2024

Florian Loizl | Eva Middel | Lara Kratochwil | Pia Steiner  
Elisabeth Heizenberger (Hg.)



## (UN-)SICHTBARE MEHRSPRACHIGKEIT IN PARIS

Virtuelle Sprachlandschaften digital erfassen

# vistazo.

---

2024 Vol. 6 | (Un-)sichtbare Mehrsprachigkeit in Paris

## INHALT

ELISABETH HEISZENBERGER

(UN-)SICHTBARE MEHRSPRACHIGKEIT IN PARIS. VIRTUELLE  
SPRACHLANDSCHAFTEN DIGITAL ERFASSEN

1-8

FLORIAN LOIZL

DIVERSITÉ LINGUISTIQUE DANS LE PAYSAGE LINGUISTIQUE VIRTUEL  
DE L'OPÉRA GARNIER: UNE ANALYSE COMPARATIVE DE *GOOGLE  
STREET VIEW* ET DE POSTS INSTAGRAM

9-20

EVA MIDDEL

WELCHE SPRACHE SPRICHT DIE STADT? – ÜBER DEN EINFLUSS DES  
TOURISMUS AUF DIE PARISER LL

21-33

# vistazo.

2024 Vol. 6 | (Un-)sichtbare Mehrsprachigkeit in Paris

LARA KRATOCHWIL

WELCHEN EINFLUSS HAT DAS *QUARTIER* AUF DIE MEHRSPRACHIGKEIT AN VERANSTALTUNGORTEN IN PARIS: EIN VERGLEICH DER *LINGUISTIC LANDSCAPE* RUND UM DAS *STADE DE FRANCE* UND DER *OPÉRA GARNIER*

34-44

PIA STEINER

DIFFUSION VON ARABISMEN IN DER *ÎLE DE FRANCE*: EIN VERGLEICH  
ZWISCHEN *LINGUISTIC LANDSCAPE* UND *SOUNDSCAPE*

45-56

# (UN-)SICHTBARE MEHSPRACHIGKEIT IN PARIS. VIRTUELLE SPRACHLAND- SCHAFTEN DIGITAL ERFASSEN

ELISABETH HEISZENBERGER

---

## Abstract.

„Wie französisch ist Paris eigentlich?“ – Diese Frage stellten sich die Studierenden im Proseminar „(Un-)Sichtbare Mehrsprachigkeit in Paris: Virtuelle Sprachlandschaften digital erfassen“. Dafür haben sie die Pariser Sprachlandschaft untersucht, d.h. inwiefern die einzelnen Sprachen im physischen und digitalen Raum sichtbar sind und miteinander interagieren. Damit befasste sich das Seminar mit einem relativ jungen Forschungsfeld, nämlich den *Linguistic Landscape Studies*, die seit etwa 30 Jahren die sozialen, politischen und ökonomischen Auswirkungen von migrations- und globalisierungsbedingter Mehrsprachigkeit untersucht. In der heutigen digitalisierten Welt sind Sprachen jedoch nicht nur im physischen öffentlichen Raum sichtbar, sondern auch im *cyberspace* – einem Raum, in dem zunehmend Identitäten konstruiert werden. Die in dieser Ausgabe des *Vistazo*-Hefts veröffentlichten Beiträge verorten sich in diesem aktuellen Forschungsfeld und analysieren die Pariser Sprachlandschaft im virtuellen Raum aus verschiedenen Blickwinkeln

► [Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe](#)

2024 | Vol. 6

(Un-)Sichtbare  
Mehrsprachigkeit in Paris:

Virtuelle Sprachlandschaften  
digital erfassen

Seite 1-8

vistazo.

# (UN-) SICHTBARE MEHRSPRACHIGKEIT IN PARIS. VIRTUELLE SPRACHLANDSCHAFTEN DIGITAL ERFASSEN

ELISABETH HEISZENBERGER

## 1. Einleitung

Mehrsprachigkeit ist in der globalisierten Welt zu einem festen Bestandteil des urbanen Lebens geworden, besonders in Metropolen wie Paris (Skran-dies 2020, Lefèvre 2021). Durch kontinuierliche Zuwanderung aus unterschiedlichsten sozioökonomischen Gründen interagieren und vermischen sich in solchen Städten eine Vielzahl von Sprachen auf vielfältige Weise. Dies wird im öffentlichen Raum sichtbar, etwa auf Ladenschildern, Plakaten oder Speisekarten (*Linguistic Landscape*), und ist auch in alltäglichen Gesprächen auf der Straße, in der U-Bahn oder im Café um die Ecke hörbar (*Soundscape*). In diesem Zusammenhang entstehen häufig diasporische Netzwerke, in denen sich Menschen einer gemeinsamen Herkunft verbunden fühlen und ihre sprachliche Identität mehr oder weniger pflegen und zeigen (Geisen et al. 2017). Während einige Sprachen im öffentlichen Raum deutlich sichtbar sind, bleiben viele andere unsichtbar oder an den Rand gedrängt.

Ein wertvolles Instrument zur Untersuchung dieser mehrsprachigen Dynamiken bieten *Linguistic Landscape Studies*, die sich genau mit der (Un-)Sichtbarkeit und Funktion von Sprachen im öffentlichen Raum beschäftigen. Wie Purschke (2018: 154) betont, lassen sich aus der Anwesenheit oder Abwesenheit von Sprachen im öffentlichen Raum, ihrer Prominenz und ihrer marginalisierten Nutzung wichtige Rückschlüsse darüber ziehen, wie

Gesellschaften semiotische Ressourcen zur Strukturierung ihrer sozialen Praxis verhandeln. Während die *Physical Linguistic Landscape* auf Schilder und Beschriftungen im Stadtraum fokussiert, erweitert die *Virtual Linguistic Landscape* (Ivkovic & Lotherington 2009: 19) diese Perspektive, indem sie nicht nur den *cyberspace* miteinbezieht, sondern auch eine virtuelle Erfassung physischer Sprachlandschaften zum Beispiel mithilfe von *Google Street View* ermöglicht. Durch diese technologischen Fortschritte entstehen nicht nur neue Möglichkeiten, sondern auch neue Fragestellungen, die im Rahmen des Proseminars „(Un-)Sichtbare Mehrsprachigkeit in Paris: virtuelle linguistische Landschaften digital erfassen“ erarbeitet, diskutiert und bearbeitet wurden.

Das Proseminar wurde im Wintersemester 2024, im Rahmen des Themensemesters zu Paris (<https://paris.univie.ac.at/>) an der Universität Wien angeboten. Das Ziel war es, die Virtuelle *Linguistic Landscape* von Paris zu erforschen und die sprachliche und kulturelle Vielfalt der Stadt zu dokumentieren. Paris ist in diesem Zusammenhang besonders interessant, da es oft als Zentrum der französischen Sprache gilt, tatsächlich jedoch durch seine außergewöhnliche sprachliche und kulturelle Diversität geprägt ist. Etwa ein Viertel der Pariser Bevölkerung hat einen Migrationshintergrund (Choose Paris Region 2022). Auf den ersten Blick mag dieser Anteil gering erscheinen, insbesondere im Vergleich zu Städten wie Wien, wo fast die Hälfte der Bevölkerung eine Migrationsgeschichte hat (Statistik Austria 2024). Dennoch wirkt Paris häufig multikultureller. Dies hängt stark mit dem französischen Staatsbürgerschaftsrecht und der Kolonialgeschichte zusammen. Insgesamt beheimatet Paris Menschen aus über 200 Nationen. Hinzu kommen jährlich etwa 40 Millionen Tourist\*innen, die die Stadt besuchen (Choose Paris Region 2022), was die sprachliche Landschaft zusätzlich prägt und Paris zu einem idealen Untersuchungsobjekt für die Dynamiken zwischen Mehrsprachigkeit, Migration und Tourismus macht.

Das Proseminar bot den Studierenden nicht nur die Gelegenheit, sich intensiv mit der Mehrsprachigkeit in Paris auseinanderzusetzen, sondern auch innovative Methoden der empirischen (*Virtual*) *Linguistic Landscape*-Forschung zu erlernen. Das erlangte Wissen konnten die Studierenden in eigenen kleinen Forschungsprojekten anwenden. Vier überarbeitete Versionen dieser Arbeiten sind nun in dieser Ausgabe veröffentlicht. Alle vier Beiträge nutzen *Google Street View*, um die Sprachlandschaft ausgewählter Pariser Orte aus unterschiedlichen Perspektiven zu untersuchen: Middel analysiert den Einfluss des Tourismus auf die *Linguistic Landscape* rund um die Kathedrale *Notre-Dame de Paris*, den *Louvre* und den Eiffelturm. Kratochwil hingegen vergleicht die Sprachlandschaft zweier herausragender, aber kontrastierender Orte im Großraum Paris: einerseits das *Stade de France* im Pariser Vorort *Saint-Denis*, einem dynamischen, jedoch durchschnittlich ärmeren Viertel, und andererseits die *Opéra Garnier*, die in die kulturell reiche Umgebung des 9. *arrondissements* eingebettet ist. Loizl untersucht ebenfalls die *Linguistic Landscape* der *Opéra Garnier*, vergleicht dabei jedoch die Sprachlandschaften im Inneren des Gebäudes mit jener rund um die Oper, die beide über *Google Street View* zugänglich sind, und setzt diese mit der virtuellen *Linguistic Landscape* dieses Ortes auf Instagram in Relation. Schließlich vergleicht Steiner die Präsenz von Arabismen sowohl in der *Linguistic Landscape* als auch in der *Soundscape* (MPF Korpus, Gadet 2017, <https://mpfvitrine.modyco.fr/vitrine/>) an ausgewählten Orten innerhalb der *Île-de-France*.

Im Folgenden gibt dieser einleitende Artikel einen Überblick über die wissenschaftlichen Grundlagen, die den vier Beiträgen zugrunde liegen. Zunächst wird in Kapitel 2 in die Konzepte der (Virtuellen) *Linguistic Landscape*-Forschung eingeführt. Anschließend bietet Kapitel 3 einen Einblick in die soziodemografische Struktur der Stadt Paris und ihrer *banlieues*. Die

spezifischen Forschungsansätze und Ergebnisse der einzelnen Artikel werden detailliert in den jeweiligen Beiträgen behandelt.

## 2. (*Virtual*) *Linguistic Landscape*

Die *Linguistic Landscape* umfasst die sichtbaren Zeichen und Symbole, die im öffentlichen Raum präsent sind (Landry/Bourhis 1997). Seit rund 30 Jahren wird sie genutzt, um die Interaktion zwischen der Präsenz von Sprache in einem bestimmten Gebiet und der kulturellen sowie sozialen Identität einer Region zu analysieren. Dadurch liefert die Forschung wertvolle Einblicke in die sozialen und politischen Strukturen von Gesellschaften. Den Grundstein für dieses Forschungsfeld legten Landry und Bourhis (1997), als sie Ende des 20. Jahrhunderts erstmals den Sprachkontakt zwischen Englisch und Französisch in Kanada untersuchten. Ihre Analyse konzentrierte sich auf sichtbare sprachliche Zeichen im öffentlichen Raum, wie „public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings“ (Landry/Bourhis 1997: 25).

Besonders in Metropolen, die durch Migration und kulturelle Globalisierung geprägt sind, sind die Sprachlandschaften oft von einer Vielzahl an Sprachen durchzogen. Dies spiegelt nicht nur die ethnische und kulturelle Vielfalt wider, sondern macht auch soziale Hierarchien und Machtverhältnisse sichtbar. Gorter (2013: 192) spricht in diesem Zusammenhang von einer „multilingual cityscape“, die verdeutlicht, wie Sprachen in städtischen Räumen miteinander interagieren und in welchem Kontext sie privilegiert oder marginalisiert werden. Sprachen sind in verschiedenen Bereichen präsent – von der Werbung bis zu offiziellen Straßenschildern – und tragen unterschiedliche soziale Bedeutungen. Die *Linguistic Landscape*-For-

schung zielt daher darauf ab, die folgenden zentralen Fragen zu beantworten: „Wer teilt wem was mit – und wer rezipiert es –, zu welchem Zweck, aus welchen Gründen und mit welchen Mitteln?“ (Purschke 2018: 158). Dabei ist es jedoch wichtig, zwischen der *informativen* und der *symbolischen Funktion* von sprachlichen Zeichen zu unterscheiden (Landry/Bourhis 1997: 25). So kann etwa die Verwendung des Englischen auf einem Pariser Geschäftsschild einerseits gezielt an englischsprachige Einwohner\*innen oder Tourist\*innen gerichtet sein, was der *informativen Funktion* entspricht. Andererseits kann Englisch aber auch eingesetzt werden, um Internationalität und Modernität zu vermitteln, unabhängig von der Erstsprache der Rezipient\*innen. In diesem Fall erfüllt das Sprachzeichen eine *symbolische Funktion*, da es bestimmte kulturelle Assoziationen transportiert.

Mit der zunehmenden Digitalisierung und der Verbreitung von sozialen Medien hat sich die ohnehin noch relativ junge *Linguistic Landscape*-Forschung über den physischen Raum hinaus erweitert und umfasst heute auch die sogenannten *Virtual Linguistic Landscapes* (Ivkovic & Lotherington 2009: 19). In dieser erweiterten Perspektive lassen sich nicht nur die traditionellen öffentlichen Räume in Städten mithilfe digitaler Methoden wie *Google Street View* untersuchen, sondern auch *cyberspaces* auf sozialen Plattformen und Websites, die heutzutage zunehmend zur Identitätsbildung beitragen. Im Vergleich zu physischen Sprachlandschaften sind virtuelle Sprachlandschaften lokal ungebunden, (meist) kurzlebiger und sprachlich vielseitiger. Dies führt zu neuen Dimensionen der sprachlichen Identität und sozialen Zugehörigkeit, die über die traditionellen Grenzen der physischen Welt hinausgehen (Ivkovic & Lotherington 2009).

Dies zeigt auch die Studie von Hiippala et al. (2019), in der die virtuellen Sprachlandschaften von *Social-Media*-Beiträgen untersucht wurden, die von einem spezifischen geografischen Ort – dem Senatsplatz in Helsinki – gepostet wurden. Im Vergleich zur physischen Sprachlandschaft in diesem

Gebiet zeigte sich, dass virtuelle Sprachlandschaften einerseits kontinuierlichen Veränderungen unterliegen und andererseits eine größere sprachliche Diversität aufweisen als die physischen Sprachlandschaften.

Ein weiteres Beispiel für die Untersuchung von Sprachlandschaften im Kontext des Tourismus liefert die Studie von Savitri et al. (2022), die mithilfe von *Google Street View* Ladenschilder, Informationstafeln und Gebäudenamen auf der *Raya Ubud Street* in Ubud (Bali) analysierte. Ihre Ergebnisse verdeutlichen, dass Englisch in den meisten Ladenschildern verwendet wird, während Indonesisch und Balinesisch in traditionellen Restaurants und auf lokalen Gebäudenamen präsent sind. Diese Beobachtungen bestätigen, dass Ubud vollständig auf die Bedürfnisse internationaler Touristen ausgerichtet ist, während die Verwendung der lokalen Sprachen die authentische Kultur der Region hervorhebt.

Im Vergleich dazu fokussiert sich die Studie von Blackwood (2019) auf die Identitätskonstruktion durch visuelle und sprachliche Ressourcen in sozialen Medien, speziell auf *geotaggt* Instagram-Posts von Reisenden am Flughafen *Orly* in Paris. Hier wird deutlich, dass Nutzer\*innen visuelle Ausdrucksformen – einschließlich mehrsprachiger Elemente und die Präsentation von Luxusmarken – nutzen, um sich als erfahrene Reisende darzustellen und eine offene, kosmopolitische Identität zu präsentieren. Im Gegensatz zu den vorherigen Studien, die sich auf die physische und virtuelle Sprachlandschaft konzentrieren, zeigt Blackwood, wie die Virtuelle *Linguistic Landscape* in sozialen Medien ein soziales Werkzeug zur Konstruktion von Identitäten und der Kommunikation von Werten in einer zunehmend digitalisierten und globalisierten Welt ist.

Xue & Zou (2023) untersuchen die virtuelle *Linguistic Landscape* ausschließlich im *cyberspace*, und zwar indem sie die virtuelle Sprachlandschaften auf Universitätswebsites in der Grenzregion Yunnan in China, die

strategisch an Süd- und Südostasien angrenzt, mit jener auf Websites von Universitäten in Ostchina vergleichen. Die Ergebnisse zeigen, wie Grenzuniversitäten ihre Online-Präsenz durch die Einbindung von südasiatischen und südostasiatischen Sprachen gestalten und so ein besonderes *Image* dieser Grenzregion schaffen und ihre Identität im virtuellen Raum stärken.

Während in diesem Heft die vielseitige Virtuelle *Linguistic Landscape* aus sprachwissenschaftlicher Perspektive fortgesetzt wird, zeigt das Themenheft (im Erscheinen) „*Linguistic Landscape*-Didaktik: Französisch in Österreich entdecken – *outdoor* und digital“, herausgegeben von Elissa Pustka, wie die *Linguistic Landscape* weiterführend in den Französischunterricht integriert werden kann.

Das folgende Kapitel gibt einen Überblick über die soziodemografischen Fakten und Zahlen der internationalen Metropole Paris, die im vorliegenden Heft im Fokus steht. Denn obwohl Paris häufig als Zentrum der französischen Sprache betrachtet wird, beeindruckt die *Ville Lumière* vielmehr durch ihre kulturelle und sprachliche Vielfalt, was sie aus der Perspektive der *Linguistic Landscape*-Forschung besonders interessant macht.

### 3. Paris: Zentrum der französischen Sprache oder mehrsprachiger Schmelztigel?

Paris, als Hauptstadt Frankreichs und größte Metropole des Landes, ist nicht nur ein kulturelles und wirtschaftliches Zentrum, sondern auch ein prägnantes Beispiel für die sozialen und demografischen Dynamiken, die eine Großstadt prägen. Die Region *Île-de-France*, zu der Paris gehört (vgl. Abb. 1), verzeichnet mit 12,5 Millionen Einwohner\*innen auf 17 000 km<sup>2</sup>

eine der höchsten Bevölkerungsdichten in Europa und eine bemerkenswerte demografische Diversität, die sich in den urbanen und suburbanen Bereichen widerspiegelt. Zwischen 1921 und 2019 stieg die Bevölkerung der *Île-de-France* von 4,85 Millionen auf 12,3 Millionen, was etwa 19% der gesamten französischen Bevölkerung ausmacht. Mit einer Fläche von nur 12.000 km<sup>2</sup>, was lediglich 2% der Gesamtfläche Frankreichs entspricht, zeigt die Region eine außergewöhnlich hohe Bevölkerungsdichte von 20.460 Einwohner\*innen pro km<sup>2</sup> (Lefèvre 2021, Sitan 2023).



Abb.1: Übersicht über die *Départements* in der Region *Île-de-France* (Lefèvre, 2021: 6).

Das Kerngebiet der *Île-de-France*, der am dichtesten besiedelte und am stärksten bebaute Teil, beheimatet etwa 6,8 Millionen Menschen. Das entspricht 56% der Gesamtbevölkerung der Region auf einer Fläche von nur 760 km<sup>2</sup> – also etwas mehr als 6% der gesamten Fläche der Region. Dieses

Gebiet wird als *petite couronne* bezeichnet und beinhaltet die vier *Départements Paris, Val-de-Marne, Hauts-de-Seine* und *Seine-Saint-Denis*. Im Gegensatz dazu ist der sogenannte *grande couronne* – die vier *Départements Essonne, Yvelines, Val-d’Oise* und *Seine-et-Marne* – deutlich weniger dicht besiedelt und in den südlichen und östlichen Teilen ländlicher geprägt (Lefèvre 2021; vgl. Abb. 1).

Während die Bevölkerung in der Region *Île-de-France* stetig wächst, hat die Stadt Paris selbst interessanterweise zwischen 2012 und 2024 eine rückläufige Bevölkerung verzeichnet, die von 2,24 Millionen auf 2,09 Millionen gesunken ist (INSEE, 2024). Ein wesentlicher Faktor hierfür sind die hohen Mietpreise, die viele der einkommensschwächeren Milieus dazu veranlassen, in die Vororte von Paris, insbesondere in *grande couronne* der *Île-de-France* oder in andere französische Städte abzuwandern. Dennoch zählt Paris mit einer Bevölkerungsdichte von 20.460 Menschen pro km<sup>2</sup> zu den am dichtesten besiedelten Städten weltweit. Metropolen wie New York, Tokio oder London liegen weit darunter (Lefèvre 2021).

Trotz des wirtschaftlichen Wohlstands, der die Region zur reichsten in Frankreich macht – mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 24.190 € und einem BIP pro Kopf von 58.300 € – bestehen in Paris und der *Île-de-France* erhebliche soziale Ungleichheiten. Die Region zeigt ein starkes West-Ost-Gefälle: Im wohlhabenden Westen konzentrieren sich die höheren Einkommensschichten und wirtschaftlichen Aktivitäten, während im Osten, insbesondere in den Vororten, Armut und soziale Benachteiligung dominieren. Dies spiegelt sich nicht nur in den Einkommensverhältnissen, sondern auch in den Wohnverhältnissen wider. Während die westlichen Stadtteile von Paris und die angrenzenden Vororte für ihre hohe Lebensqualität bekannt sind, sind die östlichen Bezirke mit höheren Armutsraten konfrontiert. Rund 15,3% der Bevölkerung der *Île-de-France* lebten 2017 unter der Armutsgrenze (Le Roux et al. 2020, Lefèvre 2021).

Zusätzlich gilt Paris als eine der internationalsten Städte der Welt, mit einer Bevölkerung, die aus 110 verschiedenen Nationalitäten besteht. Ein erheblicher Teil dieser Diversität ist das Ergebnis von Migration, insbesondere aus afrikanischen Ländern. Etwa 1,8 Millionen Migrant\*innen leben in der Metropolregion, was 14,5% der Gesamtbevölkerung ausmacht (Lefèvre 2021). Die Mehrheit stammt aus ehemaligen Kolonien wie Algerien, Marokko, Senegal und Tunesien (Choose Paris Region 2022). Diese demografische Zusammensetzung hat nicht nur die kulturelle Landschaft der Stadt geprägt, sondern auch zu einer zunehmenden sozialen und territorialen Segregation geführt. Besonders in den Vororten wie *Seine-Saint-Denis, Essonne* und *Seine-et-Marne* sind diese Migrant\*innen-Gemeinschaften stark vertreten (Lefèvre 2021).

Die Stadt zieht außerdem jährlich rund 19 Millionen von Tourist\*innen und internationale Fachkräfte an, was ihre kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung auf globaler Ebene stärkt. Paris beheimatet die Hauptsitze zahlreicher multinationaler Unternehmen und ist ein bedeutender Standort für internationale Organisationen wie die UNESCO und die OECD. Darüber hinaus hat die Stadt einen wichtigen Platz in der globalen Finanzwelt. Die international ausgerichtete Wirtschaft der Stadt hat zu einer zunehmenden Diversifizierung der Arbeitskräfte geführt, die sowohl in hochqualifizierten als auch in niedrigeren Einkommensbereichen tätig sind (Lefèvre 2021). Diese internationale Vernetzung fördert nicht nur den Austausch von Ideen und Kapital, sondern führt auch zu einer höheren Sprachvielfalt und kulturellen Austausch innerhalb der Stadt. Dies macht Paris zu einer besonders dynamischen Stadt, die sowohl eine starke lokale als auch internationale Identität entwickelt hat.

Diese soziodemographischen Gegebenheiten spiegeln sich nicht zuletzt auch in einem Zusammenspiel zweier sprachlicher und kultureller Realitäten wider: das *Paris-terroir*, das auf den tief verwurzelten, traditionellen

Sprach- und Kulturgebräuchen der alteingesessenen Pariser Bevölkerung basiert, und das *Paris-creuset*, das durch die vielfältigen Einflüsse aus der ganzen Welt geprägt ist. Diese beiden Dimensionen existieren nicht isoliert, sondern überlagern und beeinflussen sich gegenseitig, wodurch Paris zu einem dynamischen, multikulturellen Raum wird (Walter 1998; Pustka 2007) – und somit besonders interessant für die *Linguistic Landscape*-Forschung.

## 4. Fazit und Ausblick

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Virtuelle *Linguistic Landscape* wertvolle Einblicke in die mehrsprachige Kommunikation und sprachliche Vielfalt in einer globalisierten Welt bietet. Durch die Analyse virtueller Sprachlandschaften eröffnet die Virtuelle *Linguistic Landscape* neue Perspektiven auf die Wechselwirkungen zwischen Machtverhältnissen, Identitätskonstruktionen und Sprachgebrauch, besonders in dynamischen Großstädten wie Paris. Aus methodischer Sicht ist die Virtuelle *Linguistic Landscape* zudem eine äußerst forschungsökonomische Methode, da sie es ermöglicht, Sprachlandschaften ohne physische Präsenz vor Ort zu analysieren.

Dieses Heft soll Studierende und Wissenschaftler\*innen dazu anregen, sich intensiver mit der *Linguistic Landscape*-Forschung zu beschäftigen. Die digitalen Möglichkeiten machen es heute einfacher denn je, globale Sprachpraktiken oder schwer zugängliche Sprachlandschaften bequem von zuhause aus zu untersuchen – das spart sowohl Zeit als auch Kosten. Virtuelle Sprachlandschaften bieten daher nicht nur aus forschungsökonomischer, sondern auch aus hochschuldidaktischer Perspektive großes Potenzial

und fördern innovative Erkenntnisse. Es lohnt sich, dieses junge und dynamische Forschungsfeld mit neuesten Technologien weiter zu erforschen und aktiv mitzugestalten.

### BIBLIOGRAPHIE

Blackwood, R. (2019): Language, images, and Paris Orly airport on Instagram: multilingual approaches to identity and self-representation on social media. *International Journal of Multilingualism*, 16(1), 7-24.

Choose Paris Region (2022): Paris Region. Facts and Figures. Choose Paris Region. Online verfügbar unter: [https://en.institutparisregion.fr/fileadmin/NewEtudes/000pack2/Etude\\_2773/PRFF2022\\_web\\_28\\_juillet\\_2022\\_BD\\_pages\\_separees.pdf](https://en.institutparisregion.fr/fileadmin/NewEtudes/000pack2/Etude_2773/PRFF2022_web_28_juillet_2022_BD_pages_separees.pdf) (letzter Zugriff 15.10.2024).

Gadet, F. (2017): *Les parlers jeunes dans l'Ile-de-France multiculturelle*, Paris et Gap: Ophrys.

Geisen, T., Riegel, C., & Yildiz, E. (2017): *Migration, Stadt und Urbanität*. Wiesbaden: Springer.

Gorter, D. (2013): Linguistic landscapes in a multilingual world. *Annual Review of Applied Linguistics*, 33, 190-212.

Landry, R. & Bourhis, R. Y. (1997): Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49.

Hiippala, T., Hausmann, A., Tenkanen, H. & Toivonen, T. (2019): Exploring the linguistic landscape of geotagged social media content in urban environments, *Digital scholarship in the humanities*, 34(2), 290-309.

INSEE (2024): Population estimates - All - Ville de Paris. Online verfügbar unter: <https://www.insee.fr/en/statistiques/serie/001760155> (letzter Zugriff: 15.10.2024).

Ivkovic, D. & Lotherington, H. (2009): Multilingualism in cyberspace: conceptualising the virtual linguistic landscape, *International Journal of Multilingualism*, 6(1), 17-36.

Lefèvre, C. (2021): *Paris*. Newcastle: Agenda Publishing.

Le Roux, G., Imbert, C., Bringé, A. & Bonvalet, C. (2020): Social transformation of the Paris agglomeration in the 20th century: A longitudinal and cohort approach to inequalities in access to the city. *Population*, 1(75), 69-96 (Translated by Dutreuilh, C).

Purschke, C. (2018): Linguistic Landscapes–Sprachliche Landschaften. In I. Börner / W. Straub / C. Zolles (Hrsg.): *Germanistik digital: Digital Humanities in der Sprach-und Literaturwissenschaft*. Wien: Facultas, 153–167.

Pustka, E. (2007). *Phonologie et variétés en contact. Aveyronnais et Guadeloupéens à Paris*. Narr: Tübingen.

Savitri, E. D., Nuswantara, K. & Ratu, A. (2022): Tourism language accommodation of Ubud-Bali: the virtual landscape linguistics (VLL) through google street view. *Journal of Applied Studies in Language*, 6(2), 154-160.

Sitan, K. (2023): Urbanization in France: An Overview of Transformations and Impacts. *The International Journal of innovative research and development*, 12(11), 1-7.

Skrandies, P. (2020): Sprachliche Vielfalt im urbanen Raum. In I. Gogolin, A. Hansen, S. McMonagle & D. Rauch (Hrsg.): *Handbuch Mehrsprachigkeit und Bildung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 359–364.

Statistik Austria (2024): Bevölkerung in Privathaushalten. Online verfügbar unter: <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/bevoelkerung/migration-und-einbuengerung/migrationshintergrund> (letzter Zugriff: 15.10.2024).

Walter, H. (1998): *Le Français dans tous les sens*, Paris: Robert Laffont.

Xue, M. C. & Zou, Z. Y. J. (2023): Virtual Linguistic Landscape: A Case Study of Chinese Border Universities' Websites in Yunnan. *Open Access Library Journal*, 10 (e10543), 1-12.

# DIVERSITÉ LINGUISTIQUE DANS LE PAYSAGE LINGUISTIQUE VIRTUEL DE L'OPÉRA GARNIER: UNE ANALYSE COMPARATIVE DE *GOOGLE STREET VIEW* ET DE POSTS INSTAGRAM

FLORIAN LOIZL

---

## Abstract.

Cet article explore le paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier à Paris, un établissement qui offre une juxtaposition entre la tradition culturelle française et la diversité linguistique internationale. En explorant les données de *Google Street View* et les posts Instagram géolocalisées, la présente étude vise à comprendre comment la diversité linguistique est représentée dans les espaces intérieurs et extérieurs d'une institution, souvent associée à la haute culture française et sa langue.

► [Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe](#)

2024 | Vol. 6

(Un-)Sichtbare  
Mehrsprachigkeit in Paris:

Virtuelle Sprachlandschaften  
digital erfassen

Seite 9-20

vistazo.

# DIVERSITÉ LINGUISTIQUE DANS LE PAYSAGE LINGUISTIQUE VIRTUEL DE L'OPÉRA GARNIER: UNE ANALYSE COMPARATIVE DE GOOGLE STREET VIEW ET DE POSTS INSTAGRAM

FLORIAN LOIZL

## 1. Introduction

L'opéra Garnier, symbole éminent de la haute culture française et de l'excellence artistique, est un espace où convergent l'héritage historique et la modernité cosmopolite. Les langues individuelles en tant que codes de communication distincts dépassent leurs fonctions linguistiques inhérentes, notamment les rôles symboliques et informatifs. Elles agissent en tant que marqueurs sémiotiques, témoignant de relations sociolinguistiques et socio-politiques complexes (Landry & Bourhis 1997). Par conséquent, une étude approfondie du paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier révèle une complexité intrigante au cœur de ce monument emblématique, offrant une juxtaposition entre la tradition culturelle française et la diversité linguistique internationale.

Cette recherche se concentre spécifiquement sur la diversité linguistique au sein du paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier, en explorant les données de *Google Street View* et les posts Instagram géolocalisées. L'objectif principal de la présente étude est de comprendre comment la diversité linguistique est représentée dans les espaces intérieurs et extérieurs d'une institution, souvent associée à la haute culture française et sa langue. L'étude vise à répondre à deux questions de recherche :

Quelles langues sont présentes à l'intérieur et l'extérieur de l'opéra Garnier ? Comment la diversité linguistique diffère-t-elle entre les données de *Google Street View* et les posts Instagram ?

Ce travail utilise une approche mixte pour répondre aux questions de recherche concernant le paysage linguistique de l'opéra Garnier. La collecte de données a consisté à utiliser *Google Street View* et Instagram pour capturer des éléments linguistiques à l'intérieur et autour de l'opéra. Ces données ont ensuite été soumises à une analyse statistique quantitative et à une interprétation qualitative herméneutique. Le document est structuré comme suit : Suivant l'introduction et la formulation de questions de recherche, le chapitre deux donne un aperçu de la littérature pertinente concernant les paysages linguistiques et les espaces culturels. Ensuite, le chapitre trois offre un compte rendu détaillé de la méthodologie employée dans cette étude. Quatrièmement, les résultats de l'analyse sont présentés. Ensuite, les résultats sont examinés de manière critique à la lumière de la littérature existante et la conclusion résume les principaux résultats et les implications de l'étude, tout en suggérant des pistes de recherche pour l'avenir.

## 2. État de l'Art

### 2.1. Le paysage linguistique (virtuel)

Ces dernières années, la recherche sociolinguistique a répondu au fait que plus de la moitié de la population mondiale vit désormais dans les zones urbaines, se demandant ce que cela signifie pour le statut et le développement des variétés linguistiques et des répertoires linguistiques des locuteurs. Les effets d'une mondialisation croissante font également l'objet de

recherches et montrent un multilinguisme accru dans de nombreuses institutions sociales, culturelles et économiques importantes (Laundry et Bourhis 1997 ; Purschke 2018). Dans ce contexte, l'étude du paysage linguistique (PL) est un domaine important des sciences linguistiques. Landry et Bourhis (1997 : 23) ont brièvement défini le concept de paysage linguistique comme « the visibility and salience of languages on public and commercial signs ». Ils soulignent que la langue de différents panneaux et signes se combinent pour former le paysage linguistique d'un territoire, d'une région ou d'une agglomération urbaine. Par conséquent, la question de savoir comment les espaces sociaux se constituent linguistiquement et sémiotiquement est l'objet principal de la recherche dans ce domaine. Purschke (2018) remarque que les panneaux et les inscriptions d'un paysage linguistique représentent souvent de manière complexe différents systèmes symboliques socioculturels qui doivent être analysés plus en profondeur (Laundry et Bourhis 1997 ; Purschke 2018).

D'ailleurs, Gorter (2013 :191) affirme que « the study of linguistic landscape aims to add another view to our knowledge about societal multilingualism by focusing on language choices, hierarchies of languages, contact-phenomena, regulations, and aspects of literacy ». En outre, il répète l'idée que l'analyse de PL devient plus éclairante lorsqu'il s'agit d'étudier le multilinguisme, la variation linguistique et les tensions résultant des conflits et des contacts linguistiques. C'est la raison pour laquelle, l'étude de paysages linguistiques sert à enrichir notre compréhension du multilinguisme social. (Gorter 2013).

Allant au-delà du paysage linguistique physique, Ivkovic et Lotherington (2009) ont conceptualisé les *paysages linguistiques virtuels* (PLV) et ont commencé à stimuler la recherche dans le monde de bits et bytes. Ils soulignent que le paysage linguistique est initialement ancré dans la géogra-

phie physique de l'espace urbain, mais avec l'expansion croissante des capacités multilingues dans les communications numériques, les options et choix multilingues deviennent plus courants dans l'espace virtuel. Ces voix linguistiques virtuelles sont des forces importantes dans l'écologie linguistique mondiale. Ils soutiennent que le paysage linguistique de l'espace virtuel, bien qu'enraciné dans le concept d'interactions multilingues au sein d'un monde défini physiquement, présente des caractéristiques distinctes dans le monde numérique qui continuent d'évoluer en parallèle avec la relation complexe entre le réel et le numérique (Ivkovic et Lotherington 2009).

Depuis cette conceptualisation, certaines études ont approfondi l'aspect du paysage linguistique virtuel. Hiippala, Hausmann, Tenkanen et Toivonen (2019) proposent une extension du concept de paysage linguistique aux environnements virtuels en étudiant les posts sur les réseaux sociaux associés à des lieux géographiques spécifiques. Leur analyse, réalisée à l'aide de méthodes computationnelles, révèle la richesse et la diversité du paysage linguistique virtuel, sujet à des changements continus. Par ailleurs, Blackwood (2019) se penche sur la créativité multilingue et multimodale dans la construction de l'identité à partir de données collectées sur Instagram à l'aéroport d'Orly à Paris. L'étude met en lumière le contrôle autorial exercé par les utilisateurs sur leurs pratiques discursives, ainsi que l'utilisation ludique de produits de luxe pour véhiculer leur identité. Il examine également les réactions des amis et abonnés face aux images postées pour évaluer les tendances linguistiques parmi les utilisateurs. En particulier, les posts Instagram sont de plus en plus utilisées par les chercheuses pour évaluer la perception personnelle et la transmission des valeurs partagées et des thèmes multilingues (Blackwood 2019 ; Hiippala et al. 2019 ; Lee et Chau 2018 ; Zappavigna 2016).

En utilisant les données de *Google Street View*, Savitri, Nuswantara et Ratu (2022) examinent le paysage linguistique virtuel à Ubud-Bali et se concentrent sur l'impact sur l'industrie du tourisme. Leur étude montre l'utilisation prédominante de l'anglais dans les enseignes commerciales, avec une présence de la langue locale dans les restaurants traditionnels et les noms de bâtiments. Le paysage linguistique virtuel, selon l'étude, facilite la planification des voyages pour les touristes et permet aux parties prenantes de promouvoir virtuellement leurs destinations touristiques tout en préservant leur authenticité culturelle. En résumé, les paysages linguistiques virtuels offrent un grand aperçu de la diversité linguistique liée à la culture et au tourisme. (Savitri et al. 2022).

## 2.2. L'opéra Garnier

La célèbre opéra Garnier est souvent perçu comme un temple de la haute culture française, un symbole de l'héritage culturel et de l'élégance de la France. Son architecture grandiose, son histoire riche et sa place centrale dans le paysage culturel français en font un emblème de fierté nationale. Cette institution emblématique illustre parfaitement la connexion entre la langue française et la culture française. En effet, la langue française est traditionnellement associée à la culture, aux arts et au raffinement en France. Ainsi, il est attendu que l'opéra Garnier reflète cette connexion linguistique et culturelle (Bourdieu 2001 ; Pitou 1990). Cependant, malgré cette attente de francophonie, il est important de rappeler que l'opéra est historiquement une forme d'art multilingue, avec l'italien comme langue dominante et l'allemand jouant également un rôle significatif. Cette dimension historique souligne l'aspect international de l'opéra et son influence à travers les cultures européennes (Abbate et Parker 2012).

De nos jours, l'opéra Garnier est également confronté aux tendances de la mondialisation et du tourisme de masse. Ces phénomènes ont un impact

sur les institutions culturelles françaises, attirant des publics diversifiés et introduisant de nouvelles influences. Ainsi, il serait intéressant d'analyser la diversité linguistique dans le paysage linguistique de l'opéra Garnier.

## 3. Méthode

Afin d'évaluer la diversité linguistique de l'opéra Garnier, différentes possibilités de collecte de données sont disponibles, à savoir une saisie sur place, l'utilisation de photographies du bâtiment généralement disponibles en ligne et de contenus créés par les utilisateurs sur des plateformes de médias sociaux, comme Instagram, Facebook, etc. Pour ne pas saisir une perception purement subjective sous la forme de contributions aux médias sociaux, mais un cadre aussi objectif que possible, j'ai décidé d'utiliser des données *Google Street View*, comme dans l'étude de Savitri et al. (2022). Celles-ci présentent l'avantage d'avoir été recueillies de manière institutionnalisée selon des critères clairs. Cependant, afin de ne pas succomber à d'éventuelles restrictions dues à une seule source de données, des données d'Instagram sont également analysées en complément. Cela suit les propositions de collecte de données de Hiippala et al. (2019) ou Blackwood (2019), entre autres.

### 3.1. Données de *Google Street View*

Dans cette étude, j'ai exploité les données fournies par *Google Street View*, une plateforme offrant une vision détaillée à la fois des espaces intérieurs et des alentours de l'opéra Garnier. Cette approche numérique a été cruciale pour évaluer la présence et la diversité linguistique des indications permanentes telles que les panneaux d'information, les plaques commémoratives et les enseignes fixes. Pour collecter ces données, j'ai pris plus

de 110 captures d'écran à partir de *Google Street View*, en suivant des critères spécifiques, notamment la présence de texte écrit ou de symboles linguistiques dans l'image. Les captures d'écran de *Google Street View* couvrent tous les espaces publics à l'intérieur de l'opéra, ainsi que la vue extérieure du bâtiment. Les données intérieures proviennent d'août 2013, tandis que les données extérieures datent de mai 2022, ce qui permet d'ajouter aux données une comparaison longitudinale des paysages linguistiques.

### 3.2. Données d'Instagram

En ce qui concerne les données provenant d'Instagram, j'ai axé mon analyse sur les publications géolocalisées téléchargées sur la plateforme de novembre 2023 à janvier 2024. J'ai pris plus de 40 captures d'écran d'Instagram, en mettant l'accent sur les supports éphémères tels que les programmes de spectacle, les billets d'entrée et les photographies montrant la langue écrite partagées par les visiteurs au cours de cette période. Cette approche m'a permis d'explorer la dimension subjective du paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier. Les langues des légendes ont également été évaluées séparément. Toutes les observations ont été méticuleusement documentées et catégorisées selon plusieurs dimensions pertinentes, établies par Purschke (2018), notamment la langue utilisée, le type de discours (informatif, infrastructurel, commerciale, technique, commémoratif, réglementaire, expressif), la directivité (éléments institutionnellement liés et normatifs ou pas, soit « top-down » ou « bottom-up »), la dynamique, la forme, la temporalité (permanent, temporaire), la taille et le style scriptural.

Afin d'illustrer le processus de collecte des données, la figure 1 présente un exemple de capture d'écran tirée de *Google Street View*, illustrant une indication linguistique à l'intérieur de l'opéra Garnier. Cette capture d'écran

est représentative du type de données capturées au cours de l'étude. De même, la figure 2 présente une capture d'écran extraite d'Instagram, illustrant un élément linguistique temporaire partagé par les visiteurs.



Figure 1 : Capture d'écran tirée de *Google Street View*



Figure 2 : Capture d'écran de Instagram

Pour l'analyse des données, j'ai adopté une approche mixte afin de garantir une exploration exhaustive et approfondie du paysage linguistique de l'opéra Garnier. Tout d'abord, les données ont été soumises à des méthodes d'analyse statistique visant à quantifier les tendances observées. Cela a permis de mesurer de manière objective des paramètres tels que la fréquence d'apparition des différents éléments linguistiques, la répartition des langues utilisées, ainsi que d'autres caractéristiques quantifiables. Parallèlement, des méthodes herméneutiques ont été utilisées pour une analyse qualitative approfondie. Blackwood (2015 : 40) a constaté que « The ideal modus operandi in LL research is a symbiotic approach, where the quantitative and qualitative approaches feed into one another ». Par conséquent, cette combinaison méthodologique permet une compréhension holistique et nuancée du paysage linguistique de l'opéra Garnier, tant dans ses aspects tangibles que dans ses manifestations symboliques.

## 4. Résultats

### 4.1. La répartition des langues

L'analyse de plus de 155 observations a révélé la présence de 13 langues différentes dans le paysage linguistique de l'opéra Garnier. Le tableau ci-dessous liste toutes les fréquences classées par source de données. Les légendes Instagram sont incluses afin d'illustrer la langue utilisée par les utilisateurs et les créateurs des posts eux-mêmes et de présenter la diversité linguistique du paysage linguistique de l'opéra et du paysage linguistique virtuel dans son ensemble.

Langues	Google Street View	Instagram	Instagram Légende
Français	108	32	12
Anglais	27	14	7
Grec	4	-	-
Allemand	2	1	1
Espagnol	3	-	-
Italien	1	6	1
Latin	1	-	-
Russe	-	4	5
Turc	-	1	1
Arabe	-	1	1
Portugais	-	-	5
Japonais	-	-	2
Chinois	-	-	2

Tableau 1 : La fréquence des différentes langues dans les données

Le français est la langue la plus fréquemment rencontrée dans les trois sources (108 occurrences sur *Google Street View*, 32 sur les posts Instagram et 12 dans les légendes d'Instagram). Cela suggère une dominance de la langue française dans le contexte de l'opéra Garnier. L'anglais suit, avec 27 occurrences sur *Google Street View*, 14 sur Instagram et 7 dans les légendes d'Instagram, indiquant une présence notable de cette langue aux côtés du français dans le paysage linguistique de l'opéra Garnier.

D'autres langues comme le grec, l'allemand, l'espagnol, l'italien, le latin, le russe, le turc et l'arabe apparaissent également, bien qu'avec des fréquences variables selon les différentes sources. Il est intéressant de noter que certaines langues comme l'italien, le russe et le turc sont plus prévalentes sur Instagram par rapport à *Google Street View*, tandis que d'autres comme l'allemand ont des fréquences comparables sur les deux plateformes. Il est à noter que les langues portugaise, japonaise et chinoise n'apparaissent que dans les légendes d'Instagram, ce qui indique leur présence dans le contenu généré par les utilisateurs plutôt que dans les vues statiques capturées par *Google Street View*. Les légendes sur Instagram montrent clairement la plus grande variété de langues par rapport aux deux autres sources de données. Dans l'ensemble, le tableau met en lumière la diversité linguistique présente à l'intérieur et autour de l'opéra Garnier, avec le français et l'anglais comme langues les plus dominantes et une variété d'autres langues ajoutant à la tapisserie multilingue de l'espace culturel.

En examinant la fréquence des langues, on peut observer la répartition des différentes configurations linguistiques présentes dans les captures d'écran de *Google Street View*. Parmi celles-ci, les monolingues en français représentent la catégorie la plus importante, avec 83 occurrences, ce qui équivaut à environ 72% du total. Les monolingues dans d'autres langues représentent une proportion plus faible, avec seulement 8 occurrences, soit environ 7% du total. Les configurations bilingues français-anglais constituent 19 occurrences, soit environ 17% du total. Enfin, les configurations multilingues, avec 5 occurrences, représentent environ 4% du total et sont donc plus fréquentes que les occurrences bilingues dans les langues autres que le français-anglais. Ces données révèlent une prédominance considérable du français en tant que langue principale dans le pay-

sage linguistique capturé par *Google Street View*, mais elles mettent également en évidence une certaine diversité linguistique, notamment à travers les configurations bilingues et multilingues, et l'importance de l'anglais comme langue principale du tourisme. Le figure 1 ci-dessus montre cette répartition linguistique.

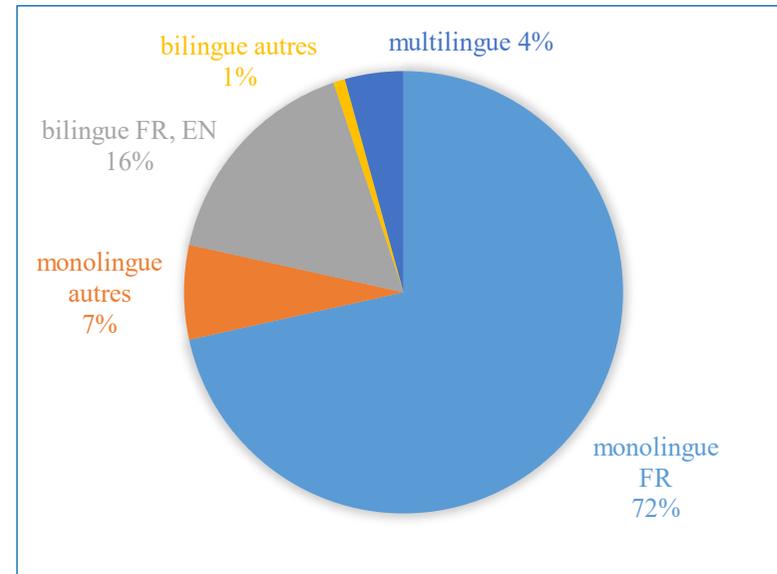


Figure 1 : Répartition linguistique des données *Google Street View*

En regardant les données des captures d'écran Instagram, on peut remarquer une répartition linguistique différente, qui est également montrée dans figure 2. Les configurations monolingues en français sont les plus représentées, avec 15 occurrences, ce qui équivaut à environ 37% du total. Les monolingues dans d'autres langues constituent une proportion considérable, avec 8 occurrences, représentant également environ 20% du total.

Les configurations bilingues français-anglais sont présentes avec 10 occurrences, soit environ 25% du total, tandis que les configurations bilingues dans d'autres langues sont deux fois moins fréquentes, avec 5 occurrences, représentant environ 13% du total. Les configurations multilingues sont les moins fréquentes, avec 2 occurrences, soit environ 5% du total.

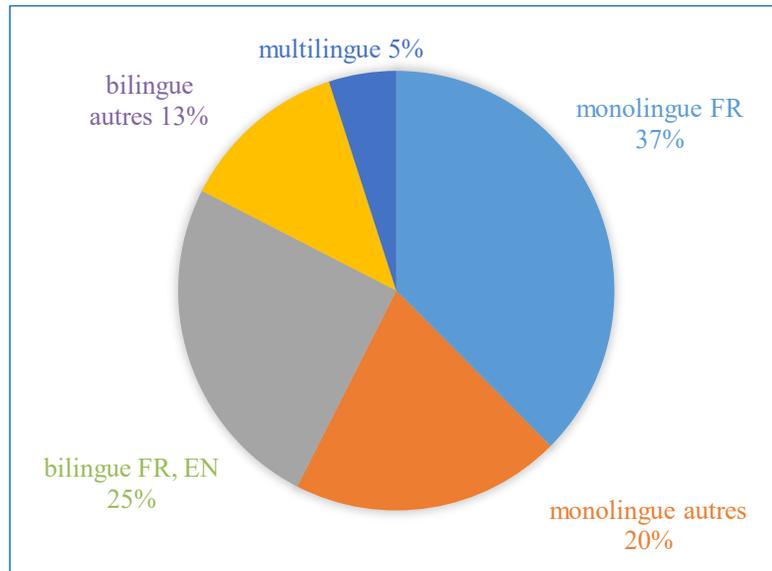


Figure 2 : Répartition linguistique des données Instagram

#### 4.2. Les différents types de discours

L'analyse du tableau 2 ci-dessous révèle plusieurs tendances intéressantes dans les types de discours présents dans les captures d'écran de *Google Street View* et d'Instagram en suivant les catégories établies par Purschke (2018). En ce qui concerne *Google Street View*, le discours infrastructurel prédomine, représentant plus de 50 occurrences (p.ex. « parterre »). Ce

type de discours est suivi par le discours commercial, avec plus de 18 occurrences (p.ex. une affiche publicitaire de l'opéra actuel), et le discours commémoratif, avec 16 occurrences (p.ex. les noms de plusieurs compositeurs importants). En revanche, sur Instagram, le discours commercial est plus répandu, suivi par le discours expressif avec 6 occurrences. Le discours infrastructurel, qui dominait sur *Google Street View*, est moins fréquent sur Instagram, avec seulement 4 occurrences.

Fréquence de discours	Google Street View	Instagram
infrastructurel	50	4
commercial	18	10
commémoratif	16	2
commercial, informatif	9	10
commercial, réglementaire	7	2
infrastructurel, réglementaire	7	-
infrastructurel, commercial	4	-
régulatoire	3	-
informatif, commercial	1	-
régulatoire, commercial	1	-
expressif	-	6

informatif	-	5
technique	-	1
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>40</b>

Tableau 2 : La fréquence des différents types de discours

### 4.3. La directivité et la temporalité des enseignes

Les deux figures suivantes révèlent des différences marquantes dans la répartition des aspects liés à la directivité et à la temporalité des enseignes entre *Google Street View* et Instagram. La directivité décrit la différence entre les signes officiels et les signes et textes de personnes privées, y compris les signes commerciaux. En ce qui concerne la directivité, *Google Street View* présente une prédominance des éléments « top-down », avec 76 occurrences, représentant 66% du total, tandis que les éléments « bottom-up » sont également présents, totalisant 40 occurrences, soit 34%. En revanche, sur Instagram, une proportion inversée est observée, avec 33 occurrences pour les éléments « bottom-up », soit 82%, et seulement 7 occurrences pour les éléments « top-down », soit 18%.

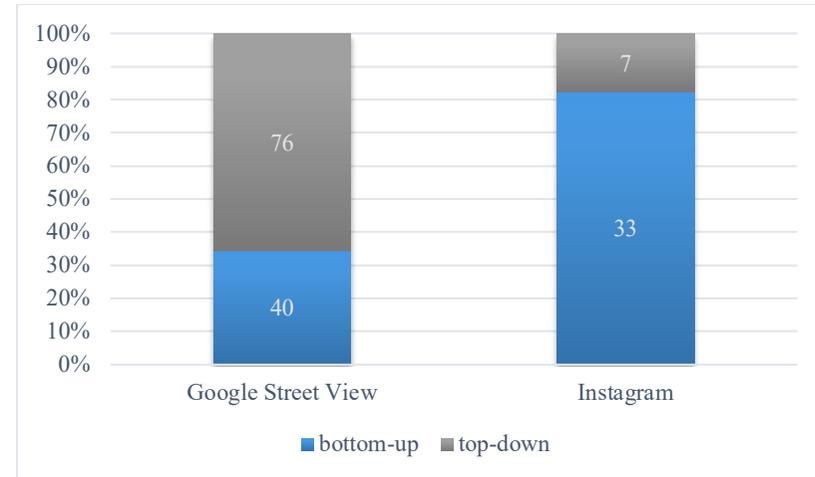


Figure 3 : Comparaison de la directivité des éléments langagiers

En ce qui concerne la temporalité, *Google Street View* présente une forte prévalence d'éléments permanents, avec 78 occurrences, représentant 67% du total, suivis par les éléments liés à des événements, avec 36 occurrences, soit 31% du total. En comparaison, Instagram montre une proportion plus élevée d'éléments liés à des événements, avec 33 occurrences, représentant 83% du total, et seulement 6 occurrences pour les éléments permanents.

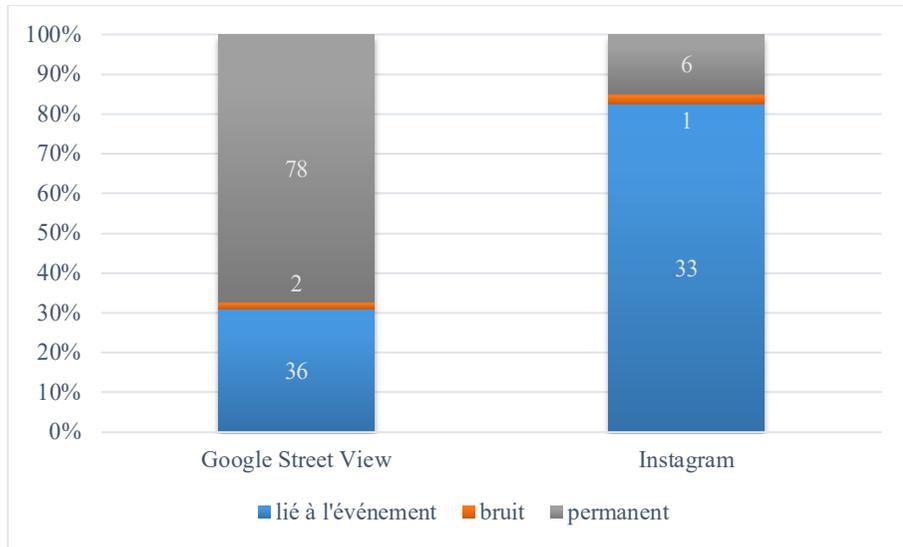


Figure 4 : Comparaison de la temporalité des éléments langagiers

## 5. Discussion et conclusion

Cette analyse de la complexité du paysage linguistique de l'opéra de Paris s'inscrit dans le cadre de la recherche sur la linguistique spatiale et la sociolinguistique des institutions culturelles. Elle met en lumière les dynamiques complexes entre langue, culture et institution, tout en soulignant l'importance de considérer les influences historiques et contemporaines sur la composition linguistique d'un espace donné. Cette approche est cohérente avec les travaux de Landry et Bourhis (1997) sur le paysage linguistique urbain, qui mettent en évidence l'interaction entre la langue et l'environnement physique et social. De plus, elle s'inscrit dans le cadre des recherches de Hiippala et al. (2019) et Savitri et al. (2022), qui examinent respectivement le paysage linguistique virtuel et son impact sur le tourisme.

Dans l'ensemble, l'analyse du paysage linguistique de l'opéra Garnier montre une diversité linguistique. Une comparaison des données des deux sources indique des nuances dans cette diversité dans plusieurs catégories. Les résultats de cette étude soulignent l'importance de considérer le paysage linguistique virtuel comme un reflet de la diversité linguistique d'un lieu emblématique tel que l'opéra Garnier. La forte présence du français, en tant que langue principale, renforce l'association de cet espace avec la culture française et la société principalement francophone dans ce lieu. Cependant, la présence d'autres langues, telles que le grec et le latin, met en lumière leur influence historique et culturelle. Plus précisément, la présence du latin et du grec indique le fort enracinement historique de la forme artistique qu'est l'opéra. D'autre part, la présence de l'italien et de l'allemand confirme le caractère multilingue typique de l'opéra (Abbate et Parker 2012). La visibilité croissante de l'anglais montre l'influence du tourisme et de la mondialisation, comme indiqué dans les études précédentes qui ont également analysé des lieux touristiques, notamment celles de Hiippala et al. (2019), Lee et Chau (2018) et Savitri et al. (2022). En outre, la plus grande diversité linguistique sur les médias sociaux confirme les résultats de recherches antérieures portant sur les paysages linguistiques virtuels.

La comparaison entre les données de *Google Street View* et les posts Instagram suggère une différence dans la représentation de la diversité linguistique, indiquant peut-être une sélection intentionnelle des langues affichées sur les réseaux sociaux par rapport aux données de Google, qui capturent elles une image plus objective du paysage linguistique. Par ailleurs, les comparaisons entre les deux plateformes mettent en évidence des différences dans la nature des discours capturés. *Google Street View* semble davantage axé sur des éléments d'infrastructure, tandis qu'Instagram met

en avant une proportion plus importante de discours commerciaux et informatifs. Ces variations reflètent probablement les différentes natures des contenus générés par ces plates-formes, avec *Google Street View* offrant une perspective plus statique sur l'environnement, tandis qu'Instagram présente des contenus plus dynamiques, souvent créés par les utilisateurs, mettant l'accent sur des aspects commerciaux et informatifs. Cette différence peut refléter la nature plus éphémère des contenus sur Instagram, souvent associés à des événements spécifiques ou à des interactions en temps réel, par opposition aux vues statiques capturées par *Google Street View*, qui tendent à représenter des éléments plus permanents du paysage. En général, ces résultats soulèvent des questions intéressantes sur la façon dont la diversité linguistique est représentée sur place dans les institutions culturelles et sur les plateformes en ligne et finalement perçue par les visiteurs.

En examinant le paysage linguistique virtuel de l'opéra Garnier, cette étude contribue à une compréhension plus profonde du multilinguisme et de la relation entre langue, culture et institution dans un contexte urbain contemporain. Elle souligne l'importance de considérer les influences historiques et contemporaines sur la composition linguistique d'un espace culturel donné. En cela, elle élargit notre compréhension du concept de paysage linguistique et de ses implications pour la construction de l'identité culturelle et la promotion touristique dans les grandes villes du monde contemporain.

Il convient de noter certaines limites de cette étude. Tout d'abord, en ce qui concerne les données de *Google Street View*, il est important de souligner que les vues intérieures de l'opéra Garnier sont datées de 2013, ce qui pourrait ne pas refléter les éventuels changements survenus dans le paysage linguistique depuis cette période. De plus, en ce qui concerne les don-

nées d'Instagram, il est possible que le choix des utilisateurs pour les motifs photographiques soit influencé par des préférences subjectives ainsi que par les développements actuels à l'opéra Garnier (événements, etc.). Cette influence subjective peut introduire des biais dans les données et limiter la généralisabilité des conclusions. Par conséquent, malgré les contributions appréciables de cette étude à la compréhension du paysage linguistique de l'opéra Garnier, il est essentiel de prendre en compte ces limitations lors de l'interprétation des résultats et de considérer la nécessité de recherches futures pour aborder ces aspects. Par exemple, des pistes de recherche futures pourraient inclure une étude directe du paysage linguistique contemporain de l'opéra Garnier sur place, couplée à une analyse des médias sociaux pour explorer la perception individuelle du paysage linguistique. De plus, une étude longitudinale avec un échantillonnage plus fréquent pourrait être réalisée pour observer l'évolution du paysage linguistique et du multilinguisme au fil du temps, offrant ainsi des perspectives précieuses sur les tendances émergentes et les facteurs sous-jacents.

En conclusion, cette étude offre une nouvelle perspective sur la diversité linguistique dans des contextes culturels emblématiques, tout en soulignant l'importance de prendre en compte l'analyse des espaces virtuels contemporains. Ces résultats invitent à une réflexion approfondie sur la manière dont la diversité linguistique contribue à enrichir la compréhension et l'appréciation des lieux emblématiques tels que l'opéra Garnier.

## BIBLIOGRAPHIE

Abbate, Caroly / Parker, Roger (2012) : *A history of opera : the last four hundred years*, London : Penguin UK.

Blackwood, Robert (2015): « LL Explorations and Methodological Challenges: Analysing France's Regional Languages », dans : *Linguistic Landscape*, vol. 1 (1/2), 38-53.

Blackwood, Robert (2019): « Language, images, and Paris Orly airport on Instagram: multilingual approaches to identity and self-representation on social media », dans : *International Journal of Multilingualism*, vol. 16(1), 7-24. DOI: 10.1080/14790718.2018.1500257

Bourdieu, Pierre (2001): *Langage et pouvoir symbolique*, Paris : Le Seuil.

Gorter, Durk (2013): « Linguistic landscapes in a multilingual world », dans : *Annual Review of Applied Linguistics*, 33, 190–212.

Hiippala, Tuomo / Hausmann, Anna / Tenkanen, Henriikki / Toivonen, Tuuli (2019): « Exploring the linguistic landscape of geotagged social media content in urban environments », dans : *Digital Scholarship in the Humanities*, vol. 34(2), 290-309. DOI : 10.1093/lc/fqy049

Ivkovic, Dejan / Lotherington, Heather (2009): « Multilingualism in cyberspace: conceptualising the virtual linguistic landscape », dans : *International Journal of Multilingualism*, vol. 6(1), 17-36. DOI: 10.1080/1479071080258243

Landry, Rodrigue / Bourhis, Richard Y. (1997): « Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study », dans : *Journal of Language and Social Psychology*, vol. 16(1), 23–49. DOI : 10.1177/0261927X970161002

Lee, Carmen / Chau, Dennis (2018): « Language as pride, love, and hate: archiving emotions through multilingual Instagram hashtags », dans : *Discourse, Context and Media*, vol. 22, 21–9.

Pitou, Spire (1990): *The Paris opéra: an encyclopedia of operas, ballets, composers, and performers*, New York : Greenwood Press.

Purschke, Christoph (2018): « Linguistic Landscapes–Sprachliche Landschaften », dans : I. Börner / W. Straub / C. Zolles (éds.): *Germanistik digital: Digital Humanities in der Sprach-und Literaturwissenschaft* (pp. 153–167). Wien : Facultas.

Purschke, Christoph (2021): « Crowdsapes: participatory research and the collaborative (re)construction of linguistic landscapes with Lingscape », dans : *Linguistics, Vanguard*, vol. 7 (s1).

Savitri, Eka D. / Nuswantara, Kartika / Ratu, Aurelius (2022): « Tourism language accommodation of Ubud-Bali: the virtual landscape linguistics (VLL) through google street view », dans : *Journal of Applied Studies in Language*, vol. 6(2), 154-160.

Zappavigna, Michele (2016): « Social media photography: construing subjectivity in Instagram images », dans : *Visual Communication*, vol. 15(3), 271–92.

# WELCHE SPRACHE SPRICHT DIE STADT? – ÜBER DEN EINFLUSS DES TOURISMUS AUF DIE PARISER LL

EVA MIDDEL

---

## Abstract.

Der vorliegende Artikel untersucht die *Linguistic Landscape* (LL) in Paris, insbesondere an touristischen Orten. Ziel ist es, die Verteilung verschiedener Sprachen im Verhältnis zum Französischen zu analysieren. Beeinflusst durch Frankreichs besondere Sprachpolitik und den Status des Englischen als gängige Verkehrssprache wird von der Hypothese ausgegangen, dass in der LL von touristischen Hotspots vor allem Französisch als Landessprache und Englisch als *Lingua franca* dominieren, während andere Sprachen nur selten oder gar nicht vertreten sind.

► [Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe](#)

2024 | Vol. 6

(Un-)Sichtbare  
Mehrsprachigkeit in Paris:

Virtuelle Sprachlandschaften  
digital erfassen

Seite 21-33

vistazo.

# WELCHE SPRACHE SPRICHT DIE STADT? – ÜBER DEN EINFLUSS DES TOURISMUS AUF DIE PARISER LL

EVA MIDDEL

## 1. Einleitung

Paris ist, mit mehr als 35 Millionen Tourist:innen im Jahr 2019 (Lefère 2020: 76), eines, wenn nicht das beliebteste Tourismus-Ziel weltweit. Neben Wirtschaft und Migration spielt vor allem der internationale Tourismus eine entscheidende Rolle in der Entstehung einer multilingualen Sprachlandschaft (Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 388). In diesem „language melting pot“ (Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 386) nimmt das Englische aufgrund seines hyperglobalen Charakters eine privilegierte Position ein: Englisch ist in Europa die meistgenutzte Sprache. 51% der Europäer:innen nutzen das Englische, 13% als Erstsprache und 38% als Fremdsprache (Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 386). In der Gestaltung der *Linguistic Landscape* (LL), der schriftlichen Sprache im öffentlichen Raum, wird das Englische immer relevanter, da es das Ansprechen eines heterogenen Publikums erlaubt (vgl. Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 386). Demzufolge ließe sich zunächst auf eine hohe Präsenz des Englischen in der Pariser *Linguistic Landscape* schließen. Die größten Tourismusgruppen bilden Amerikaner:innen, Chines:innen sowie Europäer:innen. Dementsprechend wäre zudem eine gewisse Präsenz des Chinesischen, gerade an besonders touristischen Orten, zu erwarten. Zugleich herrscht in Frankreich jedoch eine besondere Sprachpolitik. Sie geht auf die Französische Revolution zurück, die eine Uniformisierung des Französischen vorantrieb, was zunächst das Eliminieren der Regional-, später auch der Fremdsprachen, insbesondere

des Englischen bedeutete (vgl. Braselmann 1999: 4). Zudem gilt das Sprachschutzgesetz Nr. 94-665 vom 04.08.1994 (sog. *Loi Toubon*), das die Verwendung des Französischen in verschiedenen Bereichen wie z. B. der Werbung generell am Arbeitsplatz sowie im Rahmen des öffentlichen oder institutionellen Handelns vorschreibt. Das Gesetz bezieht sich allerdings nicht auf private Autor:innen und für Bücher, Restaurants etc. ist die Sprachwahl uneingeschränkt (vgl. Takhtarova et al. 2015: 455). Ausgehend von diesen Tatsachen stellt sich die Frage, wie die Sprachverteilung anderer Sprachen im Verhältnis zum Französischen in der *Linguistic Landscape* in Paris, gerade an besonders touristischen Orten, aussieht. Dafür wird zunächst in Kapitel 2 den Stand der Forschung skizziert und ein Überblick über die bisherigen Erkenntnisse gegeben. Anschließend wird im Methodenteil (Kapitel 3) der Dokumentationsprozess sowie die Untersuchungsgebiete der Studie vorgestellt. Darauf folgt in Kapitel 4 die Darstellung der Ergebnisse, die in Kapitel 5 diskutiert und in den Wissenstand eingeordnet werden. Damit soll auch ein Ausblick auf mögliche weitere Forschung zu diesem Thema gegeben werden. In diesem Rahmen soll auch folgende Hypothese überprüft werden:

In der LL von besonders touristischen Orten in Paris dominieren das Französische als Landessprache sowie das Englische als *Lingua franca*. Weitere Sprachen tauchen selten beziehungsweise gar nicht in der LL auf.

## 2. Stand der Forschung

### 2.1. Die *Linguistic Landscape*

Die Untersuchung der *Linguistic Landscape* ist für die Soziolinguistik spätestens seit der Definition des Forschungsgegenstands durch Landry und

Bourhis von Interesse, die in ihrem Aufsatz von 1997 auch die maßgebliche Definition einführten:

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).

Die LL-Forschung untersucht den Zusammenhang von Sprache und Raum und will die Motive, Ideologien und den Gebrauch der verschiedenen Sprachen im öffentlichen Raum verstehen (vgl. Gorter 2015). Wie Jaworski und Thurlow (2010) beschreiben, handelt es sich bei der LL um ein symbolisches System, das Menschen nutzen, um sich und andere im sozialen Raum zu kontextualisieren. Laut Sebba (2010) liegt das Forschungsfeld der LL „somewhere at the junction of sociolinguistics, sociology, social psychology, geography, and media studies“ (Sebba 2010: 73). Innerhalb der LL werden Zeichen auch anhand ihrer Autor:innen und somit auch zwischen „government and private signs“ (Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 388) unterschieden. Ben-Rafael/Shohamy et al. (2006) präzisieren diese Unterscheidung in Top-down- und Bottom-up-Zeichen. Ersteres beschreibt eine gewisse Kontrolle durch die jeweilige lokale Autorität, letzteres eine individuelle, private Autor:innenschaft, die in den Grenzen der Gesetzgebung autonom handelt (vgl. Ben-Rafael/Shohamy et al. 2006: 10). Darüber hinaus unterscheidet Purschke (2020) die Zeichen zudem nach der Art ihres kommunikativen Zwecks, nach ihrer „Diskurs-Art“ (Purschke 2020: 334) sowie nach ihren „Autoren-Domänen“ (Purschke 2020: 334), also institutionell, privat und ökonomisch.

## 2.2. Pariser LL, Tourismus und das Englische

Die Sprachenvielfalt der Pariser LL wurde bisher vor allem in Bezug auf das Chinesische untersucht. Zhao widmet sich der Untersuchung der LL des *Triangle de Choisy, Paris` Chinatown*. In seiner Studie aus dem Jahr 2021 erforscht er *Chinatown* aus der Perspektive neu angekommener Migrant:innen. Anhand von Fotografien des Raums sowie anhand von Interviews kommt er zu dem Schluss, dass die LL als „structured and structuring discursive frame“ (Zhao 2021: 253) fungiert, der die Orientierung in einem neuen Land erleichtert und als Identifikationsraum wirkt (vgl. Zhao 2021: 253).

Zum Zusammenhang des Tourismus und der *Linguistic Landscape* finden sich verschiedene Studien. So zum Beispiel zu einem mehrsprachigen Resort auf Mallorca (Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009): Die Studie beschäftigt sich mit der LL des touristischen Resorts S’Arenal, in dem Englisch mit lokalen sowie internationalen Sprachen koexistiert (vgl. Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 389). Bruyèl-Olmedo und Juan-Garau untersuchen in ihrer Forschung von 2009 die Beziehung zwischen dem Englischen und den anderen in der LL vorkommenden Sprachen, den sprachlichen Hintergrund der Besucher:innen sowie deren Erwartungen und Wahrnehmung angesichts der Präsenz des Englischen in der LL (vgl. Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 389). Die Studie, die sowohl Erwartungen und Perzeptionen von Tourist:innen als auch Fotografien der LL nutzt, belegt die *Lingua-franca*-Funktion des Englischen (vgl. Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 386).

Takhtarova et al. (2015) widmen sich in ihrer komparativen Studie ebenfalls der Rolle des Englischen als Tourismus-Sprache. In ihrer Forschung untersuchen sie die *linguistic- cultural landscape* dreier europäischer Städte, nämlich Paris, Berlin und Kazan, um den Einfluss des Englischen als

internationale Verkehrssprache auf die Entwicklung der LLs dieser Städte festzuhalten (vgl. Takhtarova et al. 2015: 453). Die Untersuchung stellt ein beachtliches Vorkommen von englischen Zeichen in den LLs der drei Städte fest. Als Erklärung führen sie vor allem Globalisierungsprozesse sowie wirtschaftliche Motive an (vgl. Takhtarova et al. 2015: 386).

Gemein haben beide Studien den Standpunkt, der Tourismus habe einen eindeutigen Einfluss auf die verschiedenen *Linguistic Landscapes*. Zielorte des Massentourismus verhalten sich häufig als *Melting pots* der Sprachen. Dem Englischen kommt hierbei jedoch, um eine multilinguale, heterogene Sprecher:innengruppe ansprechen zu können, eine privilegierte Position zu. Dementsprechend lässt sich de facto von einer *Lingua franca* sprechen (vgl. Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 386). Dies ließ sich auch in weiteren Forschungen nachweisen – etwa Backhaus, 2006; Cenoz & Gorter, 2006; Edelman, 2006, die festhalten, dass Englisch die auf mehrsprachlichen Schildern am häufigsten verwendete Sprache ist (vgl. Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 388).

Englisch ist also die Sprache des Tourismus schlechthin, und Paris mit mehr als neunzehn Millionen ausländischer Touristen pro Jahr (Stand 2019) (vgl. Lefère 2020: 75) die Hauptstadt des internationalen Tourismus. Diese Schnittstelle zwischen ‚Paris‘, ‚Tourismus‘, ‚Englisch als *Lingua franca*‘ und deren Zusammenwirken bzw. Interferenzen wurden bislang wenig erforscht. Takhtarova et al. (2015) untersuchen zwar die Rolle des Englischen in der Gestaltung der LL von Paris, fokussieren sich jedoch mehr auf das Englische im Sprachgebrauch. Thematisiert werden vor allem das *franglais* (eine Form der französischen Sprache mit vielen Anglizismen), der Sprachgebrauch der Jugendlichen sowie die Einstellung der Franzosen und Französinen zu Anglizismen (vgl. Takhtarova et al. 2015: 455, 456). Die Präsenz in oder die Auswirkungen auf die LL von Paris werden jedoch nicht

genauer beleuchtet. Daher wird sich im Folgenden mit dieser Thematik, also der beschriebenen Schnittstelle, auseinandergesetzt werden.

### 3. Methode

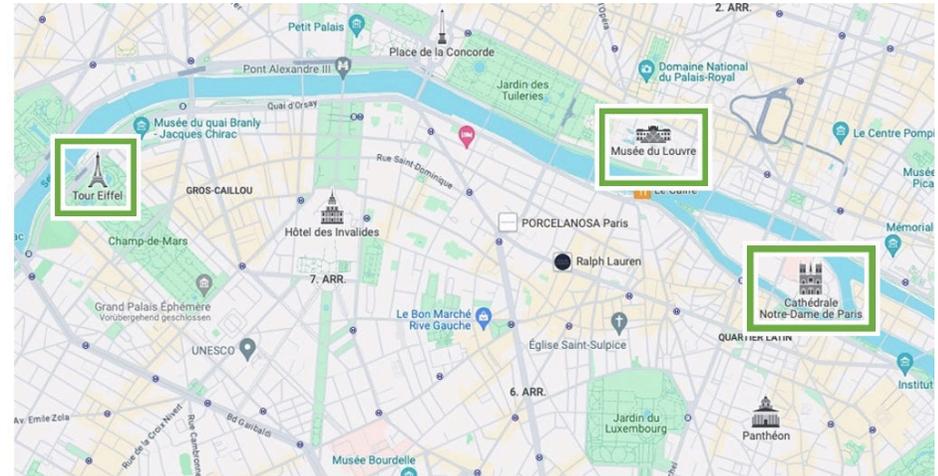


Abb. 1: Übersicht über die drei Untersuchungsgebiete

Um den Einfluss des Tourismus, mit dem Englischen als *Lingua franca* und weiteren Sprachen des globalen Massentourismus auf die Sprachverteilung in der LL von Paris zu untersuchen, bietet sich eine Erhebung über die virtuelle *Linguistic Landscape* an. Die drei zu diesem Zweck untersuchten Orte sind genau abgesteckte Gebiete um 1. die Kathedrale *Notre-Dame*, 2. den *Louvre* und 3. den Eiffelturm. Dazu werden zunächst die drei ausgewählten Untersuchungsgebiete und anschließend der Dokumentationsprozess sowie die hierfür verwendete Applikation *Google Street View* vorgestellt.

### 3.1. Untersuchungsgebiete: Notre-Dame, Louvre und Eiffelturm

Für die Untersuchung des Einflusses des Tourismus auf die *Linguistic Landscape* von Paris bieten die drei ausgewählten Gebiete (siehe Abb. 2-4) als touristische Attraktionen der Stadt ein ideales Forschungsfeld. Interessant für die Untersuchung der *Linguistic Landscape* der Stadt ist, dass ein Großteil der Tourist:innen (75%) in Paris ausländisch ist, darunter vor allem Menschen aus Amerika, China und Europa (vgl. Lefère 2020: 76), da dies für die Akteure der Pariser LL die Notwendigkeit erzeugt, verschiedene Sprachen anzuführen, um so möglichst viele der nicht französisch-sprachigen Tourist:innen anzusprechen. *Notre-Dame*, *Louvre* und Eiffelturm stehen aufgrund ihrer besonders hohen Anziehungskraft auf Tourist:innen heraus, mehr als 7,7 Millionen Besucher:innen pro Jahr (Stand 2022) besichtigen jährlich das *Louvre*-Museum (Graefe 2024). Der Eiffelturm sowie die Kathedrale *Notre-Dame* gelten als weitere „remarkable sites“ (Lefère 2020: 76) und als Wahrzeichen der Stadt; sie fungieren hier stellvertretend für das touristische Paris an sich. Aufgrund der hohen touristischen Anziehungskraft kann vermutet werden, dass hier trotz Frankreichs Sprachpolitik, neben dem Französischen, auch Englisch als *Lingua franca* und weitere Sprachen prominenter Touristengruppen sichtbar sind.



Abb. 2: Untersuchungsgebiet Eiffelturm



Abb. 3: Untersuchungsgebiet Louvre



Abb. 4: Untersuchungsgebiet *Notre-Dame*

### 3.2. Dokumentationsprozess

Die Arbeit untersucht und vergleicht die *Linguistic Landscapes* der drei genannten Orte. Sie ist als virtuelle LL-Studie angelegt, wobei die Daten quantitativ erhoben wurden; konkret erfolgte die Datensammlung, wie etwa auch bei Savitri et al. (2020), über *Google Street View*. Mithilfe dieses Online-Dienstes ist es möglich, LL-Forschung zu betreiben, ohne tatsächlich vor Ort zu sein. Durch die Applikation konnten die zuvor genau eingegrenzten Bezirke abgegangen sowie nach bestimmten Daten gesucht werden, die sich auf Werbeplakaten, Schildern, etc. – also sämtlichen Bestandteilen der LL – befanden. Die Items wurden per *Screenshot* dokumentiert und die daraus resultierenden 329 Tokens nach Gebiet, Sprachen, Top-down vs. Bottom-up sowie nach ihrer jeweiligen Diskurs-Art und Autor:Innen-Domäne geordnet sowie quantitativ ausgewertet.

## 4. Ergebnisse

### 4.1. Untersuchungsgebiet *Notre-Dame*

#### 4.1.1. Sprachverteilung in der *Linguistic Landscape*

Die *Linguistic Landscape* des Untersuchungsgebiets *Notre-Dame* lässt sich in drei Teile unterteilen. Die Präsenz des Französischen dominiert hier: 60% der in diesem Gebiet analysierten Items sind, wie in Tabelle 1 ersichtlich, französisch. Die *Lingua franca* der *Linguistic Landscape* ist das Englische: Mit beinahe doppelt so vielen Items (26%) wie die weiteren Sprachen (Italienisch, Deutsch, Spanisch, Chinesisch, Japanisch), die zusammengezählt nur auf 15% kommen, nimmt das Englische den Platz der zweithäufigsten Sprache in der LL des Untersuchungsgebiets *Notre-Dame* ein.

Sprachverteilung - Notre-Dame		
Französisch	62	60%
Englisch	27	26%
Italienisch	4	4%
Deutsch	4	4%
Spanisch	3	3%
Chinesisch	3	3%
Japanisch	1	1%
<b>Summe Gesamt</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

Tabelle 1: Sprachverteilung im Untersuchungsgebiet *Notre-Dame*

#### 4.1.2. Top-down vs. Bottom-up

Die Verteilung auf Top-down- und Bottom-up-Zeichen ist im Französischen im Untersuchungsgebiet *Notre-Dame* relativ ausgewogen. Wie die Tabelle 2 zeigt, sind 28% der französischen Items von einer Autor:innenschaft, die einer gewissen Kontrolle durch die öffentliche Hand untersteht, besonders Straßenschilder sowie Verbotsschilder. Bei 33% der Items handelt es sich um Aufschriften oder Beschilderungen durch Privatpersonen. Die weiteren

Sprachen (Englisch, Italienisch, Deutsch, Spanisch, Chinesisch und Japanisch) treten ausschließlich in privater Autor:innenschaft, also nur dem Bottom-up-Prinzip folgend, auf.

top-down vs. bottom-up		
Französisch		
Top-down Zeichen	29	28%
Bottom-up Zeichen	33	32%
Insgesamt	62	60%
Englisch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	27	26%
Insgesamt	27	26%
Italienisch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	4	100%
Insgesamt	4	4%
Deutsch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	4	4%
Insgesamt	4	4%
Spanisch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	3	3%
Insgesamt	3	3%
Chinesisch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	3	3%
Insgesamt	3	3%
Japanisch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	1	1%
Insgesamt	1	1%
<b>Summe Gesamt</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

Tabelle 2: Verteilung der Zeichen nach Top-down und Bottom-up im Untersuchungsgebiet *Notre-Dame*

### 4.1.3. Autor:innen-Domäne und Diskurstyp

Wie auch hinsichtlich der Verteilung auf Top-down- und Bottom-up-Zeichen treten bei der Kategorisierung nach Autor:Innen-Domäne und Diskurstyp ebenfalls alle Sprachen mit Ausnahme des Französischen ausschließlich in privater und ökonomischer Autor:innenschaft in der LL des Untersuchungsgebiets *Notre-Dame* auf. Tabelle 3 visualisiert, dass das Englische vor allem in der ökonomischer Domäne und als kommerzieller Diskurstyp in der LL zu finden ist. Hier findet sich Sprache besonders im Tourismus-Kontext: Aufschriften von Souvenirläden, auf Speisekarten, auf Hinweisen, die touristische Angebote ausweisen – etwa Plakate, die Stadtrundfahrten bewerben –, Tourismus-Büros und weiteren. Auf privater Domäne fungiert das Englische als expressiver Diskurstyp, vor allem über Mitteilungen zu kulturellen Sachverhalten. Hierbei treten Englisch und Französisch häufig gemeinsam auf bilingualen Schildern auf. Die weiteren Sprachen – Deutsch, Italienisch, Chinesisch und Japanisch, beschränken sich fast ausschließlich auf Geldwechselgeschäfte. Das Italienische spielt zudem eine gewisse Rolle in der Gastronomie: So gibt es gibt italienische Restaurantnamen sowie vereinzelt italienische Wörter aus dem lexikalischen Bereich der Gastronomie.

Französisch lässt sich über alle Domänen und Diskurstypen verteilt finden, und zwar häufig in Kombination mit Englisch. Zudem manifestiert sich das Französische vereinzelt auf politischer Ebene, etwa durch Protest-Transparente. Auf institutioneller Autor:Innen-Domäne überwiegen infrastrukturelle und regulatorische Items, wie etwa Straßenschilder, Verbotsschilder etc.

Autor Domäne	Diskurstyp	Sprache						
		Englisch	Französisch	Deutsch	Spanisch	Italienisch	Chinesisch	Japanisch
Ökonomisch	Kommerziell	18	19	4	2	4	3	1
Institutionell	Infrastrukturell	0	13	0	0	0	0	0
	Informatorisch	0	4	0	0	0	0	0
	Regulatorisch	0	12	0	0	0	0	0
	Gesamt	0	29	0	0	0	0	0
Privat	Expressiv	9	12	0	1	0	0	0
	Politisch	0	2	0	0	0	0	0
	Subkulturell	0	0	0	0	0	0	0
	Gesamt	9	14	0	1	0	0	0
<b>Insgesamte Summe</b>		<b>27</b>	<b>62</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

Tabelle 3: Verteilung der Zeichen nach Autor:Innen-Domäne und Diskurstyp im Untersuchungsgebiet *Notre-Dame*

## 4.2. Untersuchungsgebiet Louvre

### 4.2.1. Sprachverteilung in der *Linguistic Landscape*

In der *Linguistic Landscape* des Untersuchungsgebietes *Louvre* dominiert das Französische, wie in Tabelle 4 zu sehen, mit beinahe drei Viertel aller Items (73%). Der Anteil des Englischen macht, wie im Untersuchungsgebiet *Notre-Dame*, 26% aus; somit fungiert die englische Sprache auch hier als *Lingua franca*. Weitere Sprachen tauchen in der LL des untersuchten Gebietes nicht auf. Eine Ausnahme bildet das Arabische, allerdings nur mit einem Item.

Sprachverteilung - Louvre		
<b>Französisch</b>	<b>67</b>	<b>73%</b>
<b>Englisch</b>	<b>24</b>	<b>26%</b>
<b>Arabisch</b>	<b>1</b>	<b>1%</b>
<b>Summe Gesamt</b>	<b>92</b>	<b>100%</b>

Tabelle 4: Sprachverteilung im Untersuchungsgebiet *Louvre*

#### 4.2.2. Top-down vs. Bottom-up

Die Verteilung auf Top-down- und Bottom-up Zeichen ist im Untersuchungsgebiet *Louvre* bezüglich der französischen Items mit 57% Top-down- und 43% Bottom-up-Zeichen erneut relativ ausgewogen (siehe Tabelle 5). Das Englische stammt, wie auch schon im Untersuchungsgebiet *Notre-Dame*, ausschließlich aus privater Autor:innenschaft, und stellt somit Bottom-up-Zeichen dar, wie auch das arabische Item, das Teil eines Museumsplakates ist.

Sprachverteilung - Louvre		
Französisch		
Top-down Zeichen	38	57%
Bottom-up Zeichen	29	43%
Insgesamt	67	73%
Englisch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	24	100%
Insgesamt	24	26%
Arabisch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	1	100%
Insgesamt	1	1%
<b>Summe Gesamt</b>	<b>92</b>	<b>100%</b>

Tabelle 5: Verteilung der Zeichen nach Top-down und Bottom-up im Untersuchungsgebiet *Louvre*

#### 4.2.3. Autor:innen-Domäne und Diskurstyp

In der LL des Untersuchungsgebiets *Louvre* ist, wie in der Tabelle 6 dargestellt, das Französische auf allen Domänen und mit Ausnahme des infor-

matorischen Diskurstyps auch in jeder Diskurs-Funktion präsent. Hinsichtlich des kommerziellen Diskurstypen manifestieren sich die Items vor allem in Geschäftsnamen, institutionell auf Straßenschildern sowie Straßennamen stattdessen regulatorisch auf Verbotsschildern etc. Auf privater Autor:Innen-Domäne sind die französischen Items besonders dem Diskurstyp expressiv zuzuordnen. Im Museumskontext, also auf Plakaten und Schildern mit Informationen oder Werbungen zu Ausstellungen. Zudem auch subkulturell, beispielsweise als Mitteilung einer spezifischen Gruppe, die eine Veranstaltung bewirbt. Das politische Item entstammt erneut dem Protest-Kontext.

Englische Items sind beinahe ausschließlich kommerziell, und finden sich vorrangig in Souvenirgeschäften auf Firmen-Namen und bei Angeboten für Tourist:innen. In der expressiven Funktion bewegt sich das Englische im Rahmen kultureller Sachverhalte, die sich auf das *Louvre*-Museum beziehen, und wie auch schon im Untersuchungsgebiet *Notre-Dame*, meist in Form bilingualer Schilder, in Kombination mit dem Französischen.

Das arabische Item hat expressive Diskurs-Funktion und stellt eine Mitteilung zu einem kulturellen Sachverhalt, einer Ausstellung, dar.

Autor Domäne	Diskurstyp	Sprache		
		Englisch	Französisch	Arabisch
Ökonomisch	Kommerziell	22	18	0
Institutionell	Infrastrukturell	0	23	0
	Informatorisch	0	0	0
	Regulatorisch	0	15	0
	Gesamt	0	38	0
Privat	Expressiv	2	9	1
	Politisch	0	1	0
	Subkulturell	0	1	0
	Gesamt	2	11	1
<b>Insgesamte Summe</b>		<b>24</b>	<b>67</b>	<b>1</b>

Tabelle 6: Verteilung der Zeichen nach Autor:Innen-Domäne und Diskurstyp im Untersuchungsgebiet *Louvre*

### 4.3. Untersuchungsgebiet Eiffelturm

#### 4.3.1. Sprachverteilung in der *Linguistic Landscape*

Häufigste Sprache der LL im Untersuchungsgebiet Eiffelturm ist das Französische mit 62% (siehe Tabelle 7). Englisch ist mit 28%, wie bei den anderen beiden Untersuchungsgebieten, an zweiter Stelle. Die weiteren Sprachen der LL (Italienisch, Deutsch und Chinesisch) machen nur 11% aller analysierten Items aus, wobei Deutsch nur ein einziges Mal vertreten ist und Italienisch und Chinesisch jeweils 5% ausmachen.

Sprachverteilung - Eiffelturm		
Französisch	82	62%
Englisch	37	28%
Italienisch	6	5%
Deutsch	1	1%
Chinesisch	7	5%
<b>Summe gesamt</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

Tabelle 7: Sprachverteilung im Untersuchungsgebiet Eiffelturm

#### 4.3.2. Top-down vs. Bottom-up

Bei den französischen Items ist die Verteilung von Top-down (57%) und Bottom-up (43%) wieder relativ gleichmäßig. Das Englische tritt hier erstmals mit 35% auch auf Top-down-Schildern in Erscheinung. Überwiegend (mit 65%) handelt es sich jedoch weiterhin um Bottom-up-Items. Die weiteren Sprachen der LL (Italienisch, Deutsch und Chinesisch) fallen ebenfalls in die Kategorie des Bottom-up-Prinzips.

Sprachverteilung - Eiffelturm		
Französisch		
Top-down Zeichen	47	57%
Bottom-up Zeichen	35	43%
Insgesamt	82	62%
Englisch		
Top-down Zeichen	13	35%
Bottom-up Zeichen	24	65%
Insgesamt	37	28%
Italienisch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	6	100%
Insgesamt	6	5%
Deutsch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	1	100%
Insgesamt	1	1%
Chinesisch		
Top-down Zeichen	0	0%
Bottom-up Zeichen	7	100%
Insgesamt	7	5%
<b>Summe Gesamt</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

Tabelle 8: Verteilung der Zeichen nach Top-down und Bottom-up im Untersuchungsgebiet Eiffelturm

#### 4.3.3. Autor:innen-Domäne und Diskurstyp

In der LL des Untersuchungsgebiets Eiffelturm sind die französischen Items über alle Domänen und beinahe alle Diskurs-Funktionen verteilt (siehe Tabelle 9). Es handelt sich, wie auch in den anderen Untersuchungsgebieten, um Items, die sich wie folgt manifestieren: Kommerziell auf Restaurantnamen und Speisekarten, Geschäften und Tourismus-Angeboten, institutio-

nell auf Straßenschildern, Mitteilungen zur Regelung des öffentlichen Verhaltens, Verbotsschildern etc. sowie expressiv auf Mitteilungen über kulturelle Sachverhalte im Kontext des Eiffelturms.

Englisch findet sich besonders in kommerzieller Funktion sowie infrastrukturell auf bilingualen Schildern in Kombination mit dem Französischen: diese geben Informationen über die öffentliche Infrastruktur rund um den Eiffelturm. Deutsch, Italienisch und Chinesisch erscheinen auf multilingualen Schildern, etwa solche, die Besucher:innen des Eiffelturms willkommen heißen, Italienisch zudem wieder im gastronomischen Kontext. Chinesische Items gibt es außerdem auf Plakaten, die über verschiedene Veranstaltungen informieren – d.h. in expressiver Funktion – sowie in Angeboten für Tourist:innen und an Geschäften, also als kommerziellen Diskurstyp.

## 5. Diskussion

### 5.1. Englisch in der *Linguistic Landscape* touristischer Orte

Die Ergebnisse zeigen, dass Englisch in der *Linguistic Landscape* der drei Untersuchungsgebiete vor allem auf ökonomischer Ebene bzw. in kommerzieller Funktion auftritt. Es handelt sich also um Bottom-up-Zeichen, die nicht von der strengen Sprachpolitik Frankreichs berührt sind. Wie in Abschnitt 1 ausgeführt bezieht sich das Toubon-Gesetz nicht auf private Autor:innenschaft, wodurch die Sprachwahl grundsätzlich uneingeschränkt ist, dennoch gibt es einige Faktoren, die dies gewissermaßen tun. Dies sind vorrangig wirtschaftliche Überlegungen. Englisch in der LL von Paris findet sich, wie es für massentouristische Orte typisch ist, besonders auf „shop fronts, billboards and the like“ (Bryuèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 1). Dies lässt sich dadurch erklären, dass das Englische als internationale Sprache mehr Leute anspricht, wodurch wirtschaftlich gesehen

mehr Einkommen generiert wird. Zudem ruft die Verwendung des Englischen in Namen von Firmen ein Gefühl von Internationalität und Professionalität hervor. Hier geht es um das Erzeugen eines gewissen *Images*. Der Gebrauch des Englischen in der LL folgt also bestimmten Zielen: Gewinn und Prestige, die durch die Sprache generiert werden können.

#### 5.1.1. Englisch in der LL im Gebiet Eiffelturm, *Louvre* und *Notre-Dame*

Im Untersuchungsgebiet rund um den Eiffelturm wird Englisch auch in infrastruktureller Diskurs-Funktion angewendet. Dies hat hier vermutlich vor allem praktische Gründe: Bei touristischen *Must-dos* wie dem Eiffelturm, wo sich zahlreiche Menschen auf engem Raum befinden, ist ein möglichst reibungsloser Ablauf nötig, um Ordnung und Sicherheit der Besucher:innen gewährleisten zu können. Dies wird durch die *Lingua franca* Englisch erleichtert. In den Gebieten um die *Notre-Dame* sowie den *Louvre* ist der touristische Andrang zwar vergleichbar (vgl. Freytag/Bauder 2018: 447), das Gebiet jedoch weitläufiger und weniger streng gegliedert, weshalb keine Notwendigkeit besteht, neben dem Französischen eine weitere Sprache auf Wegweiser etc. aufzunehmen. Im Außenbereich des *Louvre* existieren generell vergleichsweise wenige Items, und die Organisation des Raums durch mehrsprachige Schilder ist aufgrund der bereits angesprochenen Weitläufigkeit nicht notwendig. Im *Louvre*, vor allem im Kassenbereich, kann man jedoch von einer größeren Sprachenvielfalt ausgehen. Hierzu lassen sich über *Google Street View* allerdings nur schlecht Daten erheben, da nur vereinzelt Einblicke in das Museum möglich sind. Interessant wäre also für weiterführende Forschung das Innere des *Louvre* – mit Kassenbereich, Flyern oder Informationsbroschüren, sowie die Beschriftung der einzelnen Ausstellungsgegenstände zu untersuchen. An dieser Stelle wäre jedoch eine LL-Studie mit Datensammlung vor Ort notwendig.

Bei der Nutzung von englischen Zeichen in der LL geht es also nicht um die *Linguistic Landscape* als „structured and structuring discursive frame“

(Zhao 2021: 253), nicht um Identifikation oder Kultur. Englisch ist Mittel zum Zweck – die Sprache der internationalen Kommunikation (vgl. (Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 409), die akzeptierte *Lingua franca* (House, 2003).

## 5.2. Weitere Sprachen in der LL

Das Gebiet um den *Louvre* ist zwar aufgrund der Attraktion touristisch, allerdings auch an sich zentraler Teil der Stadt. Im ersten *Arrondissement* bewegen sich mit über 15000 Einwohner:innen (vgl. AdminStat 2019) auch Pariser:innen ganz alltäglich – dies beeinflusst die LL. Zwar ist das Englische, aufgrund seiner bereits angeführten Funktionen, präsent, weitere Sprachen aber praktisch gar nicht. Die Ursache dürfte nicht zuletzt im Sprachverhältnis der Franzosen und Französinen zu finden sein: Das Englische ist nötig, um heterogene Sprecher:innengruppen anzusprechen, dementsprechend kommt der Sprache eine privilegierte Position zu (vgl. Bruyèl-Olmedo/Juan Garau 2009: 386) und ihre Präsenz wird geduldet. Alle anderen Sprachen, die sich nicht mit dem ausgeprägten Interesse der Franzosen und Französinen an ihrer Sprache vereinen lassen, haben auch hier keinen Platz (vgl. Brasselmann 1999: 1).

Im Untersuchungsgebiet rund um die Kathedrale *Notre-Dame* gibt es, anders als in den übrigen untersuchten Gebieten, mehrere Geldwechselgeschäfte. Diese nutzen eine Vielzahl verschiedener Sprachen, um ihr volles Angebot zu präsentieren und verschiedene Kunden anzuziehen. Dies erklärt auch die, besonders im Vergleich zum *Louvre*-Gebiet, hohe Anzahl an fremdsprachlichen Items (Chinesisch, Deutsch, Spanisch, Japanisch, Italienisch). All diese Sprachen lassen sich auf den Schaufenstern und Beschilderungen der Geldwechselgeschäfte finden. Die hohe Anzahl italienischer Zeichen erklärt sich zudem durch die häufige Verwendung der Sprache in kommerzieller Funktion in der Gastronomie. Das Italienische hat hier die

Funktion, bei italienischen Restaurants, ein Gefühl von Authentizität zu kreieren, was wirtschaftliche Vorteile verspricht: Alles, was spezifisch, anders oder fremd ist, wird in der „ethnisierten Gastronomie“ (Schmiz 2021: 135) als *authentisch* vermarktet. Authentizität hebt den jeweiligen gastronomischen Betrieb von der Masse ab und wird in der kulinarischen Welt häufig mit Qualität gleichgesetzt (vgl. Schmiz 2021: 137).

Der Bereich um den Eiffelturm herum ist prädominant touristisch (vgl. Freytag/Bauder 2018: 447). Wie Duhamel und Knafou (2007) festhalten, sind die zentralen Bereiche des Tourismus in Paris, zu denen der Eiffelturm als Wahrzeichen der Stadt zählt, vorrangig von Tourist:innen geformt, was im Untersuchungsgebiet Eiffelturm anhand der LL deutlich wird: China stellt eine der größten Tourismusgruppen in Paris dar (vgl. Lefère 2020: 76), wie in der LL sichtbar wird: Im Vergleich zu den anderen Gebieten, finden sich überdurchschnittlich viele chinesische Items in der Region des Eiffelturms (siehe Tabelle 8). Dies lässt darauf schließen – da, wie bereits dargestellt, die LL sich an die jeweiligen Bedürfnisse des Ortes anpasst –, dass der Eiffelturm eine Attraktion ist, die Besucher:innen aus China stark anzieht.

## 5.3. Französisch in der LL der drei Untersuchungsgebiete *Louvre*, *Notre-Dame* und Eiffelturm

Allen drei Gebieten ist gemein, dass das Französische die LL dominiert. Top-down-Zeichen – also Schilder, die sich auf institutioneller Autor:innenebene bewegen, sind mit wenigen Ausnahmen in französischer Sprache gehalten. Dies liegt daran, dass das Französische eben die Landessprache ist, lässt sich aber auch wieder in Verbindung mit dem Toubon-Gesetz bringen, welches eben die Sprachwahl auf institutioneller Ebene genau vorschreibt (vgl. Takhtarova et al. 2015: 455). Zudem ist die Wohnbevölkerung zu einem

Großteil tatsächlich französischer Herkunft; in den untersuchten *Arrondissements* machen zugezogene Menschen maximal einen Anteil von 16% aus (vgl. AdminStat 2019). Ein weiterer Faktor, der die Verwendung des Französischen in kommerzieller Funktion favorisiert, ist auch, wie hinsichtlich der Rolle des Italienischen dargestellt, die gewinnorientierte Authentizität – gerade in Bereichen, die mit Paris assoziiert werden, wie zum Beispiel *la mode parisienne*. Der Einfluss der Einstellung der Franzosen und Französinen bezüglich ihrer Sprache sowie die gesetzlichen Regelungen werden in der LL also sichtbar. Aber auch Globalisierung und Tourismus haben Auswirkungen auf Paris; Gerade, da die Tourismusindustrie mit einem Umsatz von 21,9 Billionen pro Jahr (vgl. CRT Paris Ile-de-France 2020) ebenfalls hochrelevant für die französische Wirtschaft ist.

## 6. Fazit

Die Hypothese der vorliegenden Arbeit scheint also nur in Teilen bestätigt werden zu können. Zwar dominiert das Französische klar die LL aller untersuchten Orte und dem Englischen kommt, wie vermutet, eine privilegierte Rolle gegenüber anderen Sprachen zu, die Menge der nicht-englischen fremdsprachigen Items ist jedoch höher als angenommen. Wie aber schon bezüglich der LL des Louvre aufgezeigt, erlaubt eine virtuelle LL-Studie über Google Street View nur eine oberflächlichere Untersuchung des Raums. Gerade Sticker und Graffitis, ebenfalls wichtige Bestandteile der LL, lassen sich aufgrund der teils geringen Qualität der Fotos nur sehr eingeschränkt einbeziehen. Zudem existieren an einigen Orten nur qualitativ hochwertige Fotos von August 2020, als der Tourismus durch die Corona-Pandemie nahezu zum Erliegen gekommen war; dies hat ebenfalls Einfluss auf die LL, gerade im Bereich von Museen u.Ä. Eine LL-Studie vor Ort wäre

also für anschließende Forschung von Vorteil. Zudem wäre es gerade bezüglich der voranschreitenden Globalisierung interessant, einen Vergleich touristischer und nicht-touristischer Orte in Paris vorzunehmen, um zu gewährleisten, dass es tatsächlich der Tourismus ist, und nicht die Globalisierung an sich, die die LL in den hier untersuchten Gebieten beeinflusst. Zusammenfassend lässt sich für die vorliegende Studie jedoch sagen, dass Paris' LL das Französische bleibt, sie jedoch, jedenfalls in ihren touristischen Gebieten, durchaus bi-, teilweise sogar multilingual ist, sowie, dass ihre Akteure ihren Sprachgebrauch Paris' Status als eine der größten Tourismusmetropolen der Welt (vgl. Freytag/Bauder 2018: 444) angepasst haben.

## BIBLIOGRAPHIE

- AdminStat Francia (2019): „Karten, Analysen und Statistiken zur ansässigen Bevölkerung“ <https://ugeo.urbistat.com/AdminStat/de/fr/demografia/dati-sintesi/paris-4e-arrondissement/75104/4> (21.03.2024, 15:34).
- Backhaus, P. (2006): „Multilingualism in Tokyo: A look into the linguistic landscape“, in: *International Journal of Multilingualism*, 52-66.
- Ben-Rafael, E./Shohamy, E., et al. (2006): „Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel“, in: *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 7 – 30.
- Braselmann, P.M.E. (1999): *Sprachpolitik und Sprachbewusstsein in Frankreich heute*, Tübingen: Niemeyer.
- Bruyèl-Olmedo, A./Juan-Garau, M. (2009): „English as a lingua franca in the linguistic landscape of the multilingual resort of S'Arenal in Mallorca“, in: *International Journal of Multilingualism*, 6, 386–411.

Comité Régional du Tourisme (CRT) Ile-de-France. (Hrsg.) (2020): „Bilan de l'année touristique 2020 à Paris Île-de-France (mars 2021)“, Paris.

Duhamel, P./ Knafou, R. (2007): „Le tourisme dans la centralité parisienne [tourism as part of the Parisian centrality]“, in Julien, T./ Le Goix, R. (Hrsg.): *La métropole parisienne: Centralités, inégalités, proximités [The Parisian metropolis: Centralities, inequalities, proximities]*, Paris: Belin, 37–64.

Freytag, T./Bauder, M. (2018): „Bottom-up touristification and urban transformations in Paris“, in: *Tourism Geographies*, 20:3, 443-460.

Gorter, D. (2015): „The inaugural editorial of *Linguistic Landscape*“, in: *An international journal*.

Graefe, L. (2024): „Kunstmuseen weltweit in den Jahren 2021 und 2022 nach Besucherzahlen“ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/217825/umfrage/besucherstaerkste-kunstmuseen-weltweit/#statisticContainer> (05.08.2024, 17:38).

House, J. (2003): „English as a lingua franca: A threat to multilingualism?“, in: *Journal of Sociolinguistics*, 7(4), 556-578.

Jaworski A./Thurlow C. (2010): „Introducing semiotic landscapes“, in Jaworski, A./ Thurlow, C. (Hrsg.): *Semiotic landscapes: Language, image, space*, 1–40.

Landry, R. /Bourhis, R.Y. (1997): „Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality. An empirical study“, in: *Journal of Language and Social Psychology*, London: Continuum, 16, 25.

Lefère, C. (2020): „The economy of ile de France: from national capital to global metropolis“, in: *Paris*. Newcastle: Agenda Publishsing, 71-89.

Sebba, M. (2010): „Review of linguistic landscapes“, in: *A comparative study of urban multilingualism in Tokyo. Writing System Research*, 73.

Purschke, C. (2020): „„Fescher als dein Schatten“. Zur Präsenz des Deutschen in Österreich in der Alltagspraxis“, in Hundt, M. et al. (2020): *Regiolekte. Objektive Sprachdaten und subjektive Sprachwahrnehmung*. (= Studien zur Deutschen Sprache 85). Tübingen: Narr Verlag, S. 315–343.

Savitri et al. (2022): „Tourism language accommodation of Ubud-Bali: the virtual landscape linguistics (VLL) through google street view“, in: *Journal of Applied Studies in Language*, 154–160.

Schmiz, A. (2021): „Die Produktion von Authentizität in der ethnisierten Gastronomie“, in Berit Callsen (Hrsg.): *Authentizität transversal: Multiperspektivische Betrachtungen von „Echtheit“*, Berlin: Frank&Timme GmbH, 135-150.

Takhtarova, S.S et al. (2015): „The Role of English in Shaping the Linguistic Landscape of Paris, Berlin and Kazan“, in: *Procedia, social and behavioral sciences*, 199, 453–458.

Zhao, F. (2021): „Linguistic landscapes as discursive frame Chinatown in Paris in the eyes of new Chinese migrants“, in: *Linguistic landscape*, 7, 235–257.

# WELCHEN EINFLUSS HAT DAS QUARTIER AUF DIE MEHRSPRACHIGKEIT AN VERANSTALTUNGSORTEN IN PARIS: EIN VERGLEICH DER LINGUISTIC LANDSCAPE RUND UM DAS STADE DE FRANCE UND DER OPÉRA GARNIER

LARA KRATOCHWIL

---

## Abstract.

Dieser Artikel untersucht die *Linguistic Landscape* (LL) von zwei unterschiedlichen Orten im Großraum Paris: dem *Stade de France* in Saint-Denis und der *Opéra Garnier* im 9. Bezirk von Paris. Das *Stade de France* gilt als bedeutendes Sport- und Veranstaltungszentrum und befindet sich in einem durchschnittlich ärmeren Stadtteil, während die *Opéra Garnier* ein wichtiges Kulturzentrum der Stadt darstellt. Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis für die sprachliche Landschaft in diesen zwei Teilen der Stadt zu entwickeln.

► [Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe](#)

2024 | Vol. 6

(Un-)Sichtbare  
Mehrsprachigkeit in Paris:

Virtuelle Sprachlandschaften  
digital erfassen

Seite 34-44

vistazo.

# WELCHEN EINFLUSS HAT DAS QUARTIER AUF DIE MEHRSPRACHIGKEIT AN VERANSTALTUNGSORTEN IN PARIS: EIN VERGLEICH DER LINGUISTIC LANDSCAPE RUND UM DAS STADE DE FRANCE UND DER OPÉRA GARNIER

LARA KRATOCHWIL

## 1. Einleitung

Die Metropole Paris ist ein Schmelztiegel der Kulturen mit einer Vielzahl von Vierteln, die sich über Jahrhunderte entwickelt haben. Somit unterscheiden sie sich vor allem historisch bedingt in ihrer Bevölkerungszusammensetzung, kulturellen Dynamik und damit auch in ihrer sprachlichen Fülle (Lefèvre 2021). Daraus entsteht eine faszinierende Diversität in der *Linguistic Landscape* (LL), also der sichtbaren sprachlichen Landschaft und Vielfalt im gesellschaftlichen Raum der Stadt (Purschke 2018: 153). Diese LL spiegeln nicht nur die Sprachen wider, die in einer bestimmten Region gesprochen werden, sondern auch die sozialen, kulturellen und politischen Dynamiken, die diese Sprachlandschaft formen (Gorter 2013). Somit bildet sie ein dynamisches Abbild der gesellschaftlichen Realitäten und Prozesse, die sie durchdringen. Die vorliegende Arbeit widmet sich genau dieser facettenreichen Dimension der Mehrsprachigkeit in der Pariser LL.

Im Fokus stehen zwei herausragende und doch kontrastierende Orte innerhalb des Großraums Paris: Einerseits das *Stade de France*, ein bedeutendes Zentrum für Sport und Veranstaltungen im Pariser Vorort Saint-Denis, einem dynamischen jedoch durchschnittlich ärmeren Viertel. Andererseits

die *Opéra Garnier*, ein traditionelles Kulturzentrum, eingebettet in die kulturell reiche Umgebung des 9. Bezirks von Paris (Lefèvre 2021: 31). Diese Gebäude sind nicht nur kulturelle Wahrzeichen der Stadt, sondern auch wichtige Zentren des öffentlichen Lebens, die eine Vielzahl von Menschen unterschiedlicher sozialer und kultureller Hintergründe anziehen. Die Unterschiede in ihrer Umgebung allerdings bieten einen interessanten Ansatzpunkt für die Analyse ihrer sprachlichen Landschaft.

Die forschungsleitende Fragestellung für die Arbeit lautet deshalb:

Inwiefern unterscheidet sich die *Linguistic Landscape* in der Umgebung des *Stade de France* von jener rund um die *Opéra Garnier* in Paris?

Unser Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis für die sprachliche Landschaft in diesen zwei Teilen der Stadt zu entwickeln. Nach einem kurzen Überblick über den Stand der Forschung und die angewendete Methode der digitalen Analyse, werden die Ergebnisse des Forschungsprojekts präsentiert, um sie anschließend diskutieren zu können.

## 2. Stand der Forschung

### 2.1. *Linguistic Landscape*

Eine der meistverwendeten Definitionen der *Linguistic Landscape* in der Forschung ist die von Landry und Bourhis.

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)

Gorter fügte dieser Begriffsdefinition noch hinzu, dass LL ebenfalls darauf abzielt, unser Wissen über gesellschaftliche Mehrsprachigkeit zu erweitern

(Gorter 2013: 191). Studien haben wichtige Unterschiede zwischen den einzelnen Zeichentypen der LL festgestellt. Sie werden in den meisten Fällen in folgende zwei Kategorien unterteilt. *Top-down*-Zeichen sind „government“ (Gorter/Cenoz 2007: 6) Zeichen wie z. B. offizielle Schilder. Diese Schilder spiegeln eine bestimmte Sprachpolitik wider: Straßenschilder, Gebäudenamen, Verkehrsregelungen, etc. *Bottom-up*-Schilder sind private Schilder, wie z. B. die Beschriftung an Restaurants oder Anschriften von Privatpersonen. Sie können von der Sprachpolitik beeinflusst werden, spiegeln aber hauptsächlich individuelle Vorlieben wider: Geschäfte, Werbung, private Büros (Gorter/Cenoz 2007: 6).

Außerdem wird in der *Linguistic Landscape* auch zwischen verschiedenen Funktionen unterschieden, wie geschriebene Sprache in einem bestimmten Raum oder einer bestimmten Umgebung verwendet werden kann. Die *informational function* (Landry/Bourhis 1997: 25) bezieht sich auf die praktische und direkte Übermittlung von Informationen durch geschriebene Sprache. Das bedeutet, dass Texte in der Landschaft dazu dienen, konkrete Informationen zu vermitteln. Die *symbolic function* (Landry/Bourhis 1997: 27) hingegen geht über die rein informative Ebene hinaus und beschreibt die Verwendung von geschriebener Sprache, um Bedeutungen, Werte oder Identitäten zu vermitteln. Die symbolische Funktion der Zeichen kann für gewisse Gruppen auch affektiv aufgeladen sein, wie zum Beispiel, wenn Schilder auch in den Minderheitssprachen eines Gebietes geschrieben sind.

## 2.2. Linguistic Landscape mit digitalen Methoden

Im digitalen Zeitalter häufen sich die Möglichkeiten, um *Linguistic Landscape* auf virtuelle Art und Weise zu erforschen. Je nach Forschungsinteresse befassen sich Wissenschaftler\*innen beispielsweise mit der Sprache im Internet, auf Webseiten (Ivokovic/Lotherington 2009) oder den sozialen

Medien (Blackwood 2018; Hiipala et al. 2019). Die Idee dahinter ist, das Konzept der Sprachlandschaft auf physische und virtuelle Umgebungen auszuweiten. In diesem Fall wird auch oft nicht mehr nur von LL gesprochen, sondern von *Virtual Linguistic Landscape* oder auch *Linguistic Cyberspace* (Ivokovic/Lotherington 2009: 19).

Auch die für diese Arbeit gewählte Forschungsmethode der *Google Street View* wurde in ähnlichen Kontexten bereits verwendet. Savitri et al. untersuchten 2022 auf die gleiche Art und Weise, die virtuellen sprachlichen Möglichkeiten für Tourist\*innen auf der Suche nach Unterkünften in Ubud-Bali (Savitri et al. 2022). Sie konnten damals feststellen, dass sich *Google Street View* nicht nur für die Forschung optimal eignet, sondern auch dabei behilflich sein kann, sich in einer Stadt generell besser zurecht zu finden.

## 2.3. Paris

Paris, als eine der kulturell vielfältigsten Metropolen Europas, hat in den letzten Jahren verstärkt das Interesse von Forscher\*innen auf sich gezogen, die sich mit der *Linguistic Landscape* und ihrer Mehrsprachigkeit befassen. Die Untersuchungen konzentrieren sich hauptsächlich auf die sprachliche Vielfalt im öffentlichen Raum und die verschiedenen Viertel und Bezirke der Stadt. So gibt es beispielsweise Forschung zum Englischen in Paris (Takhtarova et al. 2015), zur Sichtbarkeit des Arabischen (Calvet 1990) oder zur LL in Chinatown (Zhao 2021).

Takhtarova et. al (2015) legen einen besonderen Wert auf die Erforschung der Verwendung des *Franglais* in der Stadt. So befassen sie sich einerseits mit englischen Wörtern, die direkt übernommen wurden, aber auch mit Begriffen, welche aus angelsächsischen Wurzeln gebildet und durch französisch Sprechende verändert wurden wie zum Beispiel *un parking*. (2015: 455) Hier wurde ebenfalls betont, dass die Verwendung des Englischen im

Zeitalter der Globalisierung kaum zu verhindern ist, jedoch die Politik in Frankreich zur Förderung und Erhaltung des Französischen besonders ausgeprägt ist. (2015: 458)

Calvet (1990a) stellt in seiner Forschung Vergleiche zwischen der *Linguistic Landscape* in Paris und Dakar an und bemerkt, dass durch Französisch als einzige offizielle Landessprache eine gewisse sprachliche Einseitigkeit bei geschriebenen offiziellen Texten entsteht. Bei nicht-offiziellen Schriften sieht es anders aus. Neben französischen Texten sind arabische oder asiatische Schriften in der Hauptstadt Frankreichs leicht zu finden, insbesondere im 13. *arrondissement* oder dem Stadtteil *Belleville*, der hauptsächlich von asiatischen und nordafrikanischen Einwohner\*innen bewohnt wird.

In einem weiteren Text betont der Autor die starke Präsenz von asiatischen Sprachen im 13. Bezirk im südlichen Teil der Stadt. Außerdem erwähnt er, dass historisch bedingt die Gruppe an spanisch und portugiesisch sprechenden Menschen in Paris zwar relativ groß ist, diese Sprachen im öffentlichen Raum jedoch weniger stark repräsentiert sind als chinesisch, japanisch und arabisch. (Calvet 1990b)

Zhao (2021) befasst sich genauer mit dem *Triangle de Choisy*, dem pariser *Chinatown* und mit der organischen Entwicklung dieses Stadtteils, trotz fehlender offizieller ortsbildender Merkmale. Durch räumliche Aneignung der öffentlichen Sichtbarkeit und die daraus resultierenden neugestalteten (sprachlichen) Interaktionsordnungen wurde der Ort in ein in sich geschlossenes und kohärentes semiotisches Aggregat umgestaltet. Diese Studie veranschaulicht auch, wie die Sprachlandschaft von *Chinatown* als strukturierter und strukturierender diskursiver Rahmen im Leben neuer Migrant\*innen als Orientierungshilfe dienen kann.

## 3. Methode

### 3.1. Digitale *Linguistic Landscape*

Um die Forschungsfrage zu beantworten, wird die *Linguistic Landscape* der beiden Straßenabschnitte mittels digitaler Analyse durch *Google Earth Street View* erforscht. Mithilfe der Kameraaufnahmen können Zeichen im öffentlichen Raum, sei es in Form von Schildern, Plakaten oder anderweitigen, Schriftstücken, aus der Ferne beobachtet werden. Der Fokus liegt hierbei auf dem Vergleich von zwei bestimmten Straßenabschnitten, um ihre Besonderheiten zu untersuchen. Die *Avenue Jules Rimet* direkt neben dem *Stade de France* und die *Rue Auber* bei der *Opéra Garnier*. Beide Straßen grenzen unmittelbar an die jeweiligen Gebäude an und verfügen über eine Mischung aus Verkehrswegen, Gehsteigen und Geschäften. Es handelt sich außerdem um befahrbare Straßen, die allerdings keine Schnellstraßen oder Autobahnen sind. Als öffentliche Veranstaltungsorte sind beide Orte, sowohl von Einheimischen als auch von Tourist\*innen stark frequentiert, obwohl sie sich in unterschiedlichen Teilen von Paris befinden. Ein Vergleich zwischen diesen Plätzen könnte interessante Einblicke in Besonderheiten und möglicherweise Kontraste in der öffentlichen Sprachnutzung liefern.

Für eine bessere und sinnvolle Vergleichbarkeit wurde bei beiden Straßen ein Abschnitt von je 225 Metern beobachtet. Die gesamte lesbare *Linguistic Landscape* wurde notiert, die sichtbaren Sprachen und Diskurstypen identifiziert. *Google Street View* ermöglicht bei dieser Forschungsmethode einen sehr guten Gesamtüberblick der LL in den zwei ausgewählten Vierteln, jedoch sind aufgrund der Kameraauflösung die kleinsten Schriften teilweise nicht auswertbar, da sie zu unscharf sind, um sie zu entziffern zu können. Die Limitation, dass man größenbedingt, nicht alles digital untersuchen kann ist besonders bei der quantitativen Herangehensweise von

Soukup wichtig. Diese konzentriert sich auf die statistische Auswertung und Frequenzanalyse der LL (Amos/Soukup 2020). Kleinere Schriften wie Sticker, die meist *bottom-up* sind, können nicht untersucht und in die Auswertung mitaufgenommen werden, weshalb die Ergebnisse dementsprechend anders ausfallen.

Vollständigkeitshalber sei erwähnt, dass die *Google Street View* Aufnahmen neben dem Stadion aus Dezember 2022 und die neben der Oper aus Mai 2022 stammen. Da sich die LL schnell verändern und weiterentwickeln kann, handelt es sich somit zwar nicht um den aktuellsten Stand der Dinge, allerdings sind die Ergebnisse nichtsdestotrotz gut nutzbar.

Um die Unterschiede der zwei Untersuchungsgebiete noch genauer zu verdeutlichen, erfolgt eine noch etwas detailliertere Beschreibung beider Stadtteile.

### 3.2. Stade de France

Das *Stade de France* erbaut in den frühen Neunzigern des 20. Jahrhunderts und 1998 eröffnet, befindet sich in dem Pariser Vorort *Saint-Denis*. Er gehört zu dem *département Seine-Saint-Denis* im Nord-Osten der Hauptstadt. Das Gebiet ist in die Metropole miteingeschlossen und zählt zur sogenannten *petite couronne* der Region *Ile-de-France* (siehe Abbildung 1). Es handelt sich um ein dynamisches, jedoch durchschnittlich ärmeres Viertel mit einem hohen Migrant\*innenanteil (Lefèvre 2021). Die *Avenue Jules Rimet* geht, wenn nördlich ausgerichtet, der gesamten rechten Seite des Stadionsgelände entlang.

### 3.3. Opéra Garnier

Im Kontrast dazu steht die *Opéra Garnier* im 9. Bezirk von Paris. Sie liegt in den inneren Bezirken der Stadt am rechten Seineufer. Eröffnet im Jahre

1875, etabliert und entwickelt sich der Stadtteil rundherum bereits über ein-ein-half Jahrhunderte lang. Die Oper befindet sich in einer kulturell reichen Umgebung, die von einem hohen Durchschnittseinkommen der Bewohner\*innen geprägt ist (Lefèvre 2021). Die *Rue Auber* führt von dem *Place de l'Opéra* links am Gebäude vorbei und endet im *Boulevard Haussmann*.

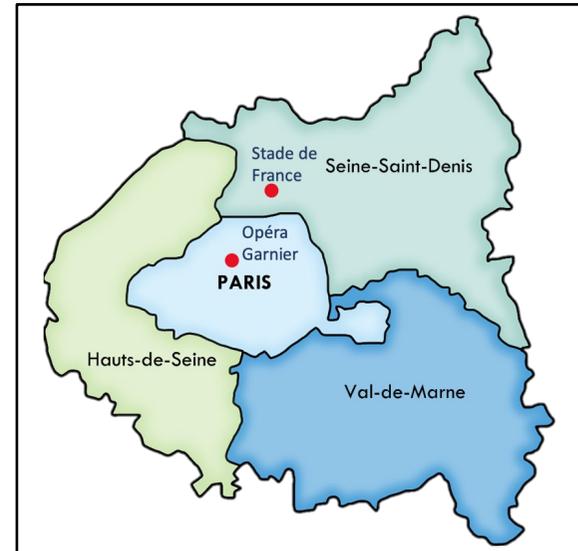


Abbildung 1: Karte von Paris und Umgebung (petite couronne) mit markierten Untersuchungsplätzen Quelle: [[File:Petite couronne.svg|thumb|Petite couronne]]

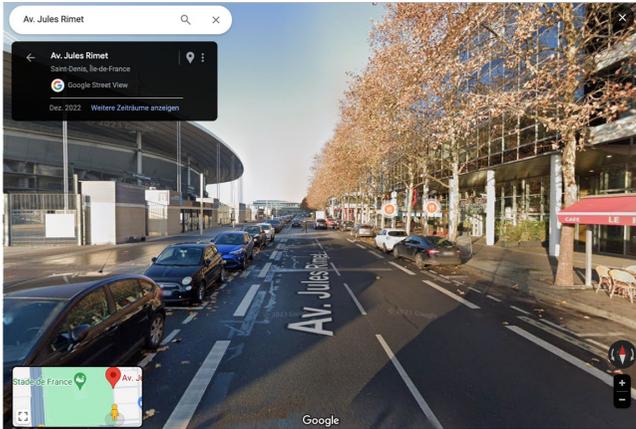


Abbildung 2: Screenshot der Avenue Jules Rimet

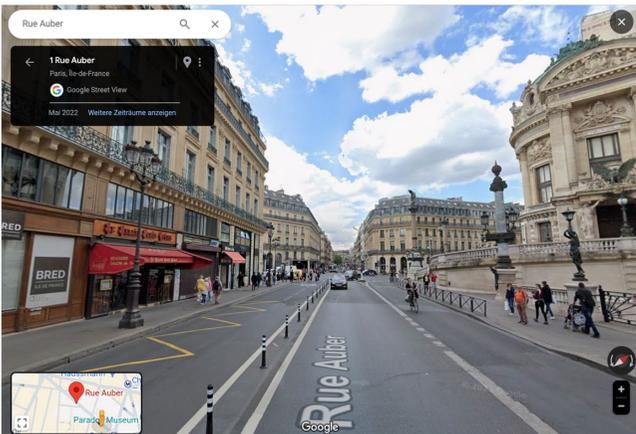


Abbildung 3: Screenshot der Rue Auber

## 4. Ergebnisse

### 4.1. Sprachdiversität

Für die Ergebnisse wurden über 170 Schriften und Zeichen notiert und anschließend ausgewertet. Abbildung 4 und 5 zeigen die Sprachdiversität und deren Häufigkeit in Prozent jeweils auf den zwei Straßenabschnitten.

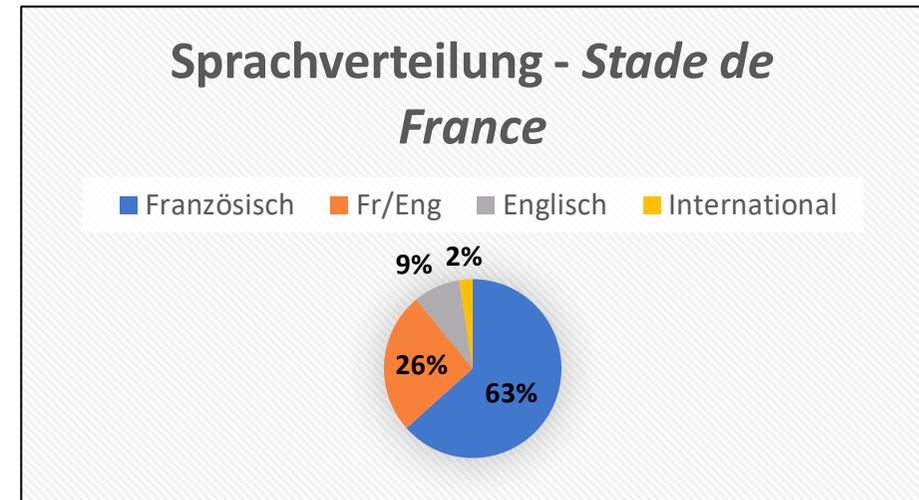


Abbildung 4: Diagramm der Sprachverteilung neben dem Stadion

Neben dem *Stade de France* waren 63 Prozent der LL rein auf Französisch. Bei 26 Prozent der Aufschriften wurde der gleiche Inhalt sowohl auf Französisch als auch auf Englisch wiedergegeben. Das heißt unter die Kategorie *Fr/Eng* fallen beispielsweise die meisten der Stadionaufschriften wie „Porte/Gate A“ oder „Boutique Officielle/ Official Merchandise“. Neun Prozent des Geschriebenen war ausschließlich auf Englisch und zwei Prozent

fällt in die Kategorie *international*, auf welche ich in 4.3 noch genauer eingehen werde. Dazu gehören sogenannte Internationalismen und Schilder mit mehr als drei Sprachen.

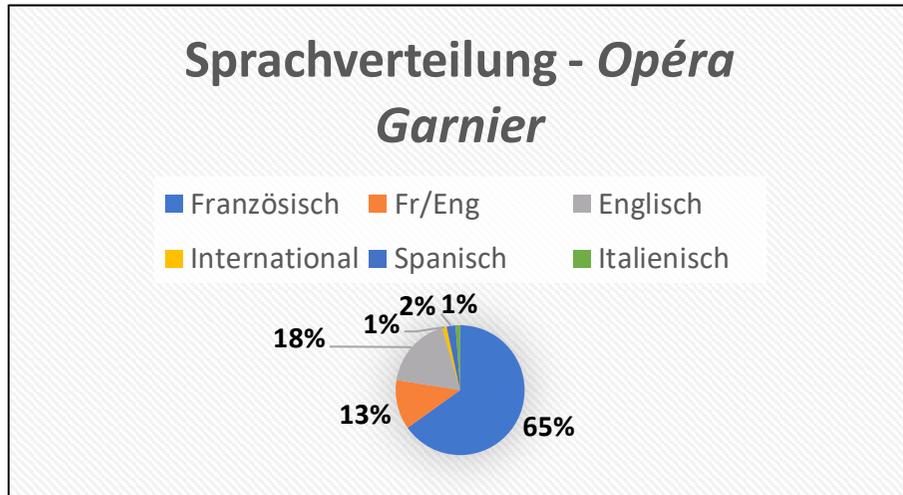


Abbildung 5: Diagramm zur Sprachverteilung neben der Oper

Bei der *Opéra Garnier* setzt sich die *Linguistic Landscape* aus 65 Prozent nur französischen, 13 Prozent gemischt Französisch und Englisch und 18 Prozent rein englischen Aufschriften zusammen. Ein Prozent fällt unter die Kategorie *International*. Außerdem findet man auf der *Rue Auber* zwei Sprachen, die bisher nicht präsent waren, nämlich Spanisch und Italienisch mit jeweils zwei und einem Prozent. An beiden Orten gab es sonst keine weiteren Sprachen.

#### 4.2. Diskurstypen

Nicht nur die sprachliche Diversität der Orte ist interessant, sondern auch die Diskurstypen, also die verschiedenen Arten und Zwecke der Beschriftungen, welche zu finden sind. Um etwas genauer auf die Unterschiede einzugehen, sind angelehnt an Purschke (2020: 334), in den Tabellen 1 und 2 die Häufigkeiten der verschiedenen Schrifttypen und deren Autor\*in-Domäne abgebildet.

tungen, welche zu finden sind. Um etwas genauer auf die Unterschiede einzugehen, sind angelehnt an Purschke (2020: 334), in den Tabellen 1 und 2 die Häufigkeiten der verschiedenen Schrifttypen und deren Autor\*in-Domäne abgebildet.

Autor*in Domäne	Diskurstyp	Erklärung	Anzahl	
<b>ökonomisch</b>	kommerziell	Restaurants, Geschäfte und Werbungen	34	
		infrastrukturell	Öffentliche Infrastruktur	14
		informativisch regulatorisch	Mitteilungen diverser Art Regelungen des öffentlichen Lebens	6
<b>Bank</b>	-	-	4	
<b>Hotel</b>	-	-	1	
<b>Gemeinde</b>	-	-	9	
<b>Gesamt</b>	-	-	<b>82</b>	

Tabelle 1: Häufigkeit der Schrifttypen - Stade de France

In der *Avenue Jules Rimet* gibt es insgesamt 34 unterschiedlichen Aufschriften mit kommerziellem Zweck, hauptsächlich Restaurants und Werbungen. Die Domäne institutionell lässt sich in drei Unterkategorien gliedern,

es sind jeweils 14 infrastrukturelle Diskurse, 14 informatorische und 6 regulatorische neben dem *Stade de France* zu finden. Außerdem gibt es vier Schriften in Zusammenhang mit einem Bankgebäude, ein Hotel und neun Texte auf einem Gemeindegebäude. Schriften auf Banken, Hotels und Gemeindegebäuden wurden jeweils in eine eigene Spalte geschrieben, da sie zwar teilweise kommerziellen oder informativen Inhalt besitzen, sich jedoch trotzdem von den restlichen Schildern unterscheiden.

Was die Sprachenverteilung betrifft, sind die Sprachen relativ durchmischt in fast allen Kategorien zu finden. Bei dem kommerziellen Diskurstyp gibt es sowohl Französisch, Englisch wie auch die Mischform Französisch/Englisch. In der Kategorie informatorisch findet sich viele Infoschilder des Stadions ebenfalls auf Französisch/Englisch. Auffällig ist ebenfalls, dass alle Schriften der Gemeinde ausschließlich auf Französisch sind. Die Begriffe der Kategorie *International*, wie sie auf dem Diagramm zu sehen sind, fallen unter den infrastrukturellen und den regulatorischen Typ, sowie zur Bank.

Autor*in Domäne	Diskurstyp	Erklärung	Anzahl
<b>ökonomisch</b>	kommerziell	Restaurants, Geschäfte und Werbungen	60
<b>institutionell</b>	infrastrukturell	Öffentliche Infrastruktur	7
	informatorisch		7
	regulatorisch	Mitteilungen diverser Art	1

		Regelungen des öffentlichen Lebens	
<b>Bank</b>	-	-	14
<b>Hotel</b>	-	-	1
<b>Gesamt</b>	-	-	90

Tabelle 2: Häufigkeit der Schrifttypen - Opéra Garnier

Neben der Oper überwiegen Aufschriften mit kommerziellem Zweck, 60 Stück waren auf dem Straßenabschnitt zu finden. Jeweils sieben Schriften fallen unter die Kategorie *infrastrukturell* und *informatorisch* und eine hat einen regulatorischen Zweck. Auch hier gibt es viele Schriften in Zusammenhang mit dem Bankwesen, nämlich 14. Ein Hotel ist ebenfalls, wie neben dem *Stade de France*, vorhanden.

Auch hier finden sich in der ökonomischen Domäne eine Vielzahl an Sprachen. Interessant zu erwähnen ist, dass die italienischen Aufschriften ausnahmslos auf Restaurants zu finden sind, während die spanischen unter den Diskurstypen *informatorisch* fallen und direkt neben der Oper Anweisungen für Besucher\*innen geben. Auf der Straße neben den Geschäften überwiegen neben der Mischform aus Französisch und Englisch, auch eine Vielzahl an rein englischen Werbungen und Aufschriften.

#### 4.3. Kategorie *International*

Einige besondere Fälle, die während der Forschung aufgetreten sind, fallen in die Kategorie *international*. Zu dieser gehören zwei verschiedene Arten an Schriftzeichen. Einerseits Wörter, die es in vielen Sprachen gibt, wie *Taxi* und *Bus*, andererseits Schilder, die mehr als drei Sprachen beschrieben

wurden und somit nicht in die anderen Kategorien klassifiziert werden konnten (siehe Abbildungen 4 und 5).

Ersteres Phänomen wird von Johannes Volmert (2003) als folgendes definiert:

Unter ‚Internationalismus‘ versteht man (1) ein Wort, (2) das mit gleicher oder ähnlicher Ausdrucksseite und (3) mit gleicher oder ähnlicher Bedeutung (4) in verschiedenen Sprachen verbreitet und (5) meist ohne Übersetzung spontan verständlich ist. (Volmert 2003: 25)

Die Ähnlichkeit dieser Begriffe ist hauptsächlich auf das lateinische bzw. gräkolateinische Erbe vieler – vor allem europäischer – Sprachen zurückzuführen. Auch ein großer Teil der englisch eingeführten Internationalismen basiert auf diesen Ursprung. Mit dem stetigen sprachlichen Wandel und dem Bedarf neuer Begriffe für z.B. technologische Konzepte, zählen zu der Kategorie *Internationalismus* auch sogenannte „intersprachliche Neologismen“ (Volmert 2003: 49). Das sind Wörter, die in den letzten Jahren in einer Sprache kreiert wurden und in vielen anderen ebenfalls übernommen werden.

Die zweite erwähnte Art an Zeichen, lässt sich am besten anhand eines Beispiels erklären. Wie auf Abbildung 6 zu erkennen, steht der Satz „La banque d’un monde qui change“ in mehreren Sprachen auf einem grünen Hintergrund. Besonders sichtbar sind die französischen und englischen Wörter. Etwas blasser gedruckt findet man deutsche, spanische und arabische Schriftzeichen. Nochmal um einiges blasser bzw. kaum noch erkennbar sind Chinesisch und einige anderen Sprachen abgebildet. Somit findet man auf einem einzigen Schild eine Vielzahl an Sprachen, die alle den gleichen Inhalt wiedergeben und deshalb ebenfalls in die Kategorie *International* miteingerechnet wurden.



Abbildung 6: Wandschrift einer Bank neben dem Stadion

## 5. Diskussion und Fazit

In den zwei untersuchten Straßenabschnitten sind insgesamt vier verschiedene Sprachen einzeln aufgetreten – bei dem *Stade de France* sind es Französisch und Englisch, bei der Opéra Garnier sogar Französisch, Englisch, Spanisch und Italienisch. An beiden Standorten gibt es ebenfalls Schriften mit der Mischform Französisch/Englisch, sowie internationale Begriffe, welche wir schon genauer betrachtet haben. Die beiden Straßen ähneln sich somit auf den ersten Blick, wenn man die Ergebnisse jedoch genauer analysiert, erkennt man einige Unterschiede, vor allem in der Beschaffenheit der Schilder. So sieht man beim *Stade de France*, im Gegensatz zum Stadtzentrum, mehr institutionelle Beschriftungen als kommerzielle. Außerdem finden sich neben der Oper zwei Sprachen, welche neben dem Stadion überhaupt nicht vorkommen – Italienisch und Spanisch. Die spanischen Informationsschilder neben der Oper deuten darauf hin, dass hier

mit vielen Spanischsprecher\*innen gerechnet wird. Man sollte die Sprachdiversität in dem Fall allerdings etwas entfernt zu einigen der bisher gefundenen Forschungsergebnissen betrachten, und vor allem zwischen der gesprochenen Sprachenvielfalt und der die man tatsächlich im Stadtbild sieht, unterscheiden. Wie wir bei diesen Ergebnissen sehen können, bedeutet beispielsweise ein außenliegendes Viertel mit größerem Migrant\*innenanteil nicht automatisch auch mehr Sprachdiversität in der *Linguistic Landscape*. Es gibt Unterschiede zwischen der LL und der sogenannten *soundscape*, was bedeutet, dass nicht alle Sprachen, die man in den Straßen hört, auch schriftlich zu sehen sind.

Des Weiteren würde ich die Präsenz des Spanischen im Zentrum in dem Beispiel nicht durch die große spanische Bevölkerungsgruppe in Paris (Calvet 1990b) erklären, sondern eher auf den Tourismus zurückführen. Man könnte außerdem argumentieren, dass Spanisch und Italienisch als „Sprachen der Oper“ betrachtet werden können, was die Nähe zum Opernhaus erklären würde.

Womit die Ergebnisse allerdings klar in Verbindung bringen zu sind, sind die Veranstaltungsgebäude und somit wie bereits erwähnt der Tourismus. Die Präsenz des Englischen, der vielen zweisprachigen Schilder und der vielen infrastrukturellen und informatorischen Hinweisen deuten darauf hin, dass diese Gegenden auf französisch- sowie nicht französischsprachende Reisende eingestellt sind. Diese *informational function* in der LL für Besucher\*innen wurde auch schon von Landry und Bourhis (1997) erklärt.

Es gibt in beiden Vierteln sowohl staatliche Schriften zur Regulierung als auch Schriften, welche von Privatpersonen bzw. Geschäften und Restaurants erstellt wurden. Die Ratio zwischen *Top-down* und *Bottom-Up*-Zeichen ist somit relativ ausgeglichen. Der kommerzielle Diskurstyp ist an beiden Standorten sehr stark repräsentiert, jedoch bei der Oper noch spürbar

deutlicher. Dies liegt vor allem an der großen Menge an (Kleidungs-) Geschäften, welche es in dieser Straße gibt, die so neben dem Stadion nicht zu finden sind. Durch die zentrale Lage wird die Straße nicht nur als Veranstaltungsort, sondern auch generell, als Einkaufsstraße von Einheimischen und Tourist\*innen genutzt. Restaurants und Cafés gibt es an beiden Standorten.

Ebenfalls auffällig ist die große Häufung an Schriften in Verbindung mit Banken oder Bankomaten. Man erkennt, dass es in diesen Gebieten scheinbar einen großen Bedarf an Finanzmittel gibt, was wiederum zu den Veranstaltungsgebäuden, den Restaurants und den Geschäften passt. Neben der Oper könnte es auch einen repräsentativen Grund haben. Firmen oder Banken, die sich in dieser teuren Gegend niederlassen, profitieren von dem Prestige sowie der starken Frequenz der Umgebung.

Internationalismen und ganz allgemein betrachtet die Verwendung mehrere Sprachen, um den gleichen Inhalt wiederzugeben, verfolgen meiner Meinung nach zwei Funktionen. Einerseits ermöglichen sie ein gutes inhaltliches Verständnis für eine breite Masse an Menschen, andererseits verbreiten sie ein gewisses Image von Weltoffenheit und Internationalität, was Firmen ebenfalls zugutekommen kann, wie bei dem Beispiel der Banken. Nichtsdestotrotz ist in manchen Fällen auch einfach der normal gebrauchte Begriff ein Internationalismus und somit die Intension des Einsatzes nicht immer unbedingt internationales Verständnis.

All diese Besonderheiten lassen sich auf die Veranstaltungszentren zurückführen. Selbst wenn sie auch von Pariser\*innen genutzt werden, deutet die gesamte Struktur und Sprachdiversität darauf hin, dass viele Menschen aus In- und Ausland sich ebenfalls dort aufhalten bzw. damit gerechnet wird, dass sie sich dort aufhalten.

**BIBLIOGRAPHIE**

Amos, Will/Soukup, Barbara (2020): “Quantitative 2.0: toward Variationist Linguistic Landscape Study (VaLLS) and a standard canon of LL variables.”, in: *Reterritorializing Linguistic Landscapes: Questioning Boundaries and Opening Spaces*, 56–76.

Blackwood, Robert (2019): “Language, Images, and Paris Orly Airport on Instagram: Multilingual Approaches to Identity and Self-Representation on Social Media.”, in: *International Journal of Multilingualism*, 16(1), 7-24.

Calvet, Louis-Jean (1990a): “Des mots sur les murs: Une comparaison entre Paris et Dakar”, in: Chaudenson, Robert (Hrsg.): *Des language et des villes*, 73-83.

Calvet, Louis-Jean (1990b): “Des mots sur les murs. Le marquage linguistique du territoire.”, in: *Diversité*, 83(1), 149-160.

Gorter, Durk (2013): “Linguistic landscapes in a multilingual world.”, *Annual Review of Applied Linguistics*, 33, 190-212.

Gorter, Durk/Cenoz, Jasone (2007): “Knowledge about language and linguistic landscape.”, in: N.H.Hornberger (Chief Ed.): *Encyclopedia of Language and Education*, 2, 1-13. Berlin: Springer Science.

Hiipala, Tuomo/Hausmann, Anna/Tenkanen, Henriikki/Toivonen, Tuuli (2019): “Exploring the linguistic landscape of geotagged social media content in urban environments”, in: *Digital Scholarship in the Humanities*, 34(2), 290-309.

Ivokovic, Dejan/Lotherington, Heather (2009): “Multilingualism in cyberspace: conceptualizing the virtual linguistic landscape”, in: *International Journal of Multilingualism*, 6(1), 17-36.

Landry, Rodrigue/Bourhis, Richard Y. (1997): “Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality”, in: *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49.

Lefèvre, Christian (2021): *Paris*. Newcastle: Agenda Publishing.

Purschke, Christoph (2018): “Linguistic Landscapes – Sprachliche Landschaften“, in: Börner, Ingo/Straub, Wolfgang/Zolles, Christian (Hrsg.): *Germanistik digital. Digital Humanities in der Sprach- und Literaturwissenschaft*, Wien: Facultas, 153-167.

Purschke, Christoph (2020): “Fescher als dein Schatten“. Zur Präsenz des Deutschen in Österreich in der Alltagspraxis. In M. Hundt / A. Kleene / A. Plewnia / V. Sauer (Hrsg.): *Regiolekte. Objektive Sprachdaten und subjektive Sprachwahrnehmung*. Tübingen: Narr, 315-343.

Savitri, Eka Dian/Nuswantara, Kartika/Ratu, Aurelius (2022): “Tourism language accommodation of Ubud-Bali: the virtual landscape linguistics (VLL) through google street view”, in: *Journal of Applied Studies in Language* 6(2), 154-160.

Takhtarova, Svetlana S./Kalegina, Tatiana E./Yarullina, Farida I (2015): “The Role of English in Shaping the Linguistic Landscape of Paris”, Berlin and Kazan, in: *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 199, 453-458.

Volmert, Johannes (2003): “Internationalismen und die Rolle des Lateins als „Muttersprache Europas“, in: Braun, Peter/ Schaefer, Burkhard/Volmert, Johannes (Hrsg.): *Internationalismen II: Studien zur interlingualen Lexikologie und Lexikographie*. DE GRUYTER. 23-50.

Zhao, Fengzhi (2021): “Linguistic Landscapes as Discursive Frame. Chinatown in Paris in the eyes of new Chinese migrants”, in: *Linguistic Landscape* 7(2), 235-257.

# DIFFUSION VON ARABISMEN IN DER ÎLE DE FRANCE: EIN VERGLEICH ZWISCHEN *LINGUISTIC LANDSCAPE* UND *SOUNDSCAPE*

PIA STEINER

---

## Abstract.

In dieser Arbeit wird die Mehrsprachigkeit in Paris untersucht, indem die *Linguistic Landscape* (LL) mit der *Soundscape* des Korpus *Multicultural Paris French* verglichen wird. Es wird untersucht, welchen Einfluss Arabismen aufs Französische in der LL sowie in der *Soundscape* haben, wobei soziopolitische, sprachpolitische und rechtliche Hintergründe mitbeachtet werden.

► [Inhaltsverzeichnis dieser Ausgabe](#)

2024 | Vol. 6

(Un-)Sichtbare  
Mehrsprachigkeit in Paris:

Virtuelle Sprachlandschaften  
digital erfassen

Seite 45-56

vistazo.

# DIFFUSION VON ARABISMEN IN DER ÎLE DE FRANCE: EIN VERGLEICH ZWISCHEN LINGUISTIC LANDSCAPE UND SOUNDSCAPE

PIA STEINER

## 1. Einleitung

Die Region *Île-de-France* im Norden Frankreichs, welche mit dem Ballungsraum Paris fast identisch ist, hat 12.3 Millionen Einwohner\*innen, wovon 1.8 Millionen Menschen mit internationaler Geschichte sind. Mindestens 27.5% davon kommen aus Ländern, in denen Arabisch als Amtssprache geführt wird (Degaudenzi et al. 2022: 11). Auch in solch einer multikulturellen Region ist Sprache weiterhin ein starkes Unterscheidungsmerkmal (Christ/Thomas 2008: 2). Deshalb möchte ich im Kontext der (Un-)Sichtbarkeit der Mehrsprachigkeit in Paris erforschen, inwiefern sich die *Linguistic Landscape* von der *Soundscape* des Korpus *Multicultural Paris French*, welches ein Projekt der *Agence Nationale de la Recherche* ist und den Einfluss anderer Sprachen auf das Französische untersucht, unterscheidet und welche Rolle dabei soziopolitische Faktoren, wie bspw. rechtliche Regelungen und Sprachpolitik, spielen.

## 2. Stand der Forschung

### 2.1. Was ist Sprache?

Sprache organisiert, formt und ermöglicht menschliches Handeln (Agha 2007: 219). Sie kann als ein Zeichensystem oder als Ergebnis des Sprechens

verstanden werden. Nach Ferdinand de Saussure ist Sprache dreigeteilt in *langage*, *langue* und *parole*. *Langage* ist die natürliche Sprachfähigkeit, sie hat eine soziale und individuelle Komponente. Die *langue* ist Teil der sozialen Seite, die *parole* Teil der individuellen. *Langue* beschreibt die Gesamtheit der sprachlichen Gewohnheiten, die es einem Individuum ermöglicht, andere zu verstehen und sich selbst anderen verständlich zu machen (Pustka 2022: 76-80). Sie existiert nur im Kollektiven und ist somit eine soziale Institution (Heringer 2013: 27). Die *parole* ist im kommunikativen Kreislauf zu finden. Sie bedarf mindestens zwei Personen: dem\*der Produzent\*in und dem\*der Rezipient\*in (Heringer 2013: 29). Die *parole* ist nicht befreit von Assoziationen der Partizipant\*innen, sie ist stets kodiert (Heringer 2013: 33). In dieser Praxis der *parole*, also im Sprechen, entsteht die *langue*; somit entsteht *langage* korrelierend.

### 2.2. Linguistic Landscape und Soundscape

Dieses Konzept von Sprache dient als Grundlage für die Veranschaulichung der *Linguistic Landscape* und der *Soundscape*. Geschriebene Sprache im öffentlichen Raum, vor allem jene von institutionellem Wert, die gemeinsam die kommunikative Umgebung einer bestimmten Region bildet, beschreiben Landry und Bourhis (1997: 25) als *Linguistic Landscape*. Die steigende Anzahl an Immigrant\*innen, insbesondere in urbanen Räumen, führt dazu, dass die *Linguistic Landscape* von einer sprachlichen und kulturellen Vielfalt durchzogen ist (Barni/Bagna 2010: 3). Die Sichtbarkeit einer Sprache, wie beispielsweise des Arabischen, hängt von mehreren Voraussetzungen ab, wie die Dauer des Aufenthalts in einem bestimmten Gebiet und die Einstellung der Sprecher\*innen zu ihrer Sprache (Barni/Bagna 2010: 16). Bezüglich des Arabischen lässt sich feststellen, dass Sprecher\*innen mit Migrationshintergrund aus dem Maghreb dem Arabischen eine wichtige Rolle zuschreiben. Eine Studie, welche im Rahmen der Dissertation *La mise en*

*œuvre de la politique linguistique familiale dans des familles plurilingues d'origine maghrébine en France* von Ali Ennasiri von der *Cergy Paris Université* im Jahr 2023 durchgeführt wurde, zeigt dass Eltern mit maghrebinischen Migrationshintergrund, neben dem Französischen, das Arabische als zweitwichtigste und nützlichste Sprache für ihre Kinder sehen (Ennasiri 2023: 6). Zwischen der öffentlichen schriftlichen Sichtbarkeit einer Sprache und der sozialen Bedeutung der *langue* für eine Sprecher\*innengemeinschaft kann jedoch nicht von einem direkten Zusammenhang ausgegangen werden (Barni/Bagna 2010: 15).

Neben der *Linguistic Landscape*, bietet die *Soundscape* die Möglichkeit insbesondere die *parole* zu analysieren. Die *Soundscape* umfasst die gesprochene Sprache und ihre akustische Wahrnehmung (El Ayadi 2022: 232-233). Eine Studie, die sich der sprachlichen Vielfalt im urbanen Bereich widmet, ist jene von Bryce Peake aus dem Jahr 2012. Er untersucht, wie sich koloniale Politik in Gibraltar durch Sprachgebrauch erklärt, wobei er besonders auf die Vermittlung der Bedeutungen der *parole* achtet, die schlussendlich zum institutionellen Wert der Sprache führt. Peake stellt fest, dass einerseits die *Soundscape* einen kulturellen Raum darstellt und sie andererseits eng mit der Wahrnehmung durch das Hören verbunden ist (Peake 2012: 171-183). Er argumentiert, das Zuhören ermögliche „to override the ethos imposed by the seeming permanence and impermeability of the visual.“ (Peake 2012: 187). Daraus kann geschlossen werden, dass der *Soundscape* eine bedeutendere Nähe zur Sprecher\*innengemeinschaft zugeschrieben werden kann als der *Linguistic Landscape*.

Die *Soundscape* und die *Linguistic Landscape* sind beide Indizien dafür, wie sich die Sprachwahl einer multilingualen Umgebung auf die soziale Praxis der Gesellschaft auswirkt (Purscke 2018: 154). Durch die Analyse dieser In-

dizien kann eine Bewusstseins-schaffung für die Wechselwirkung von Sprache und Machtverhältnissen in einer Sprachgemeinschaft analysiert und somit die soziopolitische Bedeutung aufgedeckt werden (Lakoff 1990: 310).

### 2.3. Soziopolitische Einflüsse

Um Wörter, die im öffentlichen Raum sichtbar werden, durch Straßenschilder, Geschäftsschilder, Graffitis, etc. analysieren zu können, muss mit einem Verständnis über die Formierung und die Erhaltung einer Stadt oder Gemeinde begonnen werden. Die *Linguistic Landscape* ist geprägt von den baulichen Einschränkungen, den städtischen Gewerbegebieten und den nationalen Sprachvorschriften. Diese Regelungen werden nicht nur von der nationalen und kommunalen Regierung, sondern auch von einer Vielzahl anderer, wie Nichtregierungsorganisationen, Bauträger\*innen oder Bürger\*innenorganisationen, miterschaffen und durchgesetzt (Leeman/Modan 2010: 182). Somit steht die *Linguistic Landscape* stets in Beziehung zu den ihr übergeordneten, sie regierenden Institutionen. Hierbei muss auf die Beziehung dieser geachtet werden. Das Verhältnis kann sich in Regulierungen, Investitionen oder Vernachlässigungen manifestieren. Dies hat folglich Auswirkungen auf die soziale Komponente einer Sprachgemeinschaft (Leeman/Modan 2010: 196). Den Akteur\*innen einer Stadt oder Gemeinde ist bewusst, dass sie zu einem komplexen, aber einheitlichen und abgrenzbaren Konstrukt gehören (Bulot 1999: 21). Eine Stadt ist also ein soziales Gebilde, „dans la mesure où elle produit et/ou impose en permanence de l'identité de la même façon qu'elle induit de nécessaires différenciations“ (Bulot/Dubois 2006: 3). Dies ist der Grund, weshalb das Ausdrücken städtischer Identität durch sprachliche Zeichen in der *Linguistic Landscape* auf einem dialektischen Prozess zwischen der Beziehung zur Gemeinschaft und der Beziehung zur Andersartigkeit beruht (Bulot 1991: 22).

Wie bereits festgestellt ist *parole* kodiert. Auch wenn man hier von einer individuellen Komponente der *langage* ausgeht, muss hervorgehoben werden, dass bei der *Linguistic Landscape* und der *Soundscape* zwar die Absichten des Produktes, also die geschriebene oder gesprochene Sprache, aus der Landschaft selbst resultieren können, jedoch sie in einer engen Beziehung zu der Stadt oder dem Ort und den vor Ort agierenden Akteur\*innen stehen (Malinowski 2009: 123).

### 3. Methode

Um Unterschiede zwischen der *Soundscape* und der *Linguistic Landscape* in der *Île-de-France* untersuchen zu können, habe ich für die *Soundscape* der Korpus des *Multicultural Paris French* herangezogen und für die *Linguistic Landscape* *Google Street View*.

Das *Multicultural Paris French* ist ein Projekt der *Agence Nationale de la Recherche*, bei dem im Zeitraum von 2010 bis 2017 unter „jungen“ Bevölkerungsgruppen mit regelmäßigen multikulturellen Kontakten [...] Aufnahmen“ in einem Ausmaß von circa 83 Stunden gesammelt wurden (Gerstenberg 2023). Der Korpus dient dazu, die Effekte des Kontakts des Französischen mit anderen Sprachen, insbesondere mit Sprachen von Einwander\*innen festzuhalten. Es gibt jedoch keine konkreten Angaben zu den einzelnen Sprecher\*innen, wie beispielsweise den Bildungsgrad, das Alter, die Herkunft, etc. die jedoch wichtig gewesen wären, um die Ergebnisse detaillierter analysieren zu können. Das einzig klar erkennbare Merkmal ist die Gemeinde und das *département* der Aufnahme. Weiters kann durch etwaige Aktualisierung des Korpus die Möglichkeit bestehen, dass in Zukunft von mir analysierte Sprachaufnahmen nicht zur Verfügung stehen. Auch war es zum Zeitpunkt der Forschung, im Februar 2024, nicht möglich, das gesamte Ausmaß von rund 83 Stunden Sprachaufnahmen abzurufen.

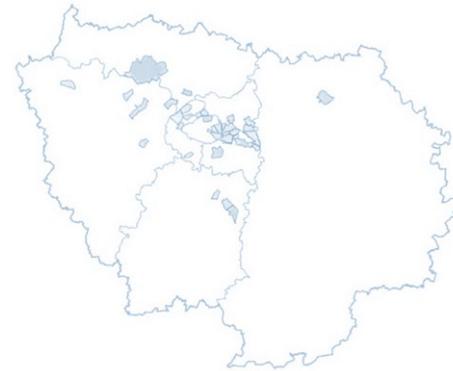


Abbildung 1: Multicultural Paris French Korpus, Geografische Abgrenzung (Gerstenberg 2023)

Die Auswahl auf *Google Street View* fiel darauf, dass dies die am besten zugängliche Methode ist, um die *Linguistic Landscape* der *Île-de-France* zu erforschen, da eine vor Ort Forschung nicht möglich war. Die Auswahl der Orte erklärt sich durch die Ergebnisse der *Soundscape*. Da die *Linguistic Landscape* sich auf geschriebene Sprache bezieht, habe ich mich bei der Analyse vor allem auf Straßenschilder, Plakate, und Restaurantnamen konzentriert.

Die Analyse des Einflusses soziopolitischer Maßnahmen erfolgte nach Fertigstellung der Erforschung der *Linguistic Landscape* und der *Soundscape*. Hierbei habe ich mich auf die aktuelle Gesetzeslage in Frankreich, sowie die demografische Situation in den einzelnen *départements* konzentriert und habe somit Statistiken zur Bevölkerungsherkunft und aktueller sozialer Lage der Einwohner\*innen einfließen lassen.

## 4. Ergebnisse

### 4.1. Soundscapae

Im Korpus des *Multicultural Paris French* waren zur Zeit meiner Forschung 45 Sprachaufnahmen abrufbar mit einer insgesamten Dauer von 36 Minuten (35,72 Minuten), welche ich in Excel anhand folgender Aspekte sortiert habe. Die durchschnittliche Gesprächsdauer der Sprachaufnahmen beträgt 48 Sekunden (47,62 Sekunden). Insgesamt werden in diesen 45 Gesprächen 14 Arabismen verwendet, wobei es zu 17 Wiederholungen dieser kommt. Die Wiederholungen beziehen sich jeweils auf denselben Arabismus der mehr als einmal in demselben Gespräch wieder aufkommt, unabhängig von dem\*der Sprecher\*in. Es kann also festgestellt werden, dass im Durchschnitt in jedem dritten Gespräch ein Arabismus verwendet wird und dieser zumindest einmal wiederholt wird.

Bei den 45 Sprachaufnahmen kommt in nur elf Gesprächen ein Fremdwort vor, welches kein Arabismus ist. Somit also nur in jedem vierten Gespräch. Diese werden auch weniger oft als Arabismen wiederholt (0,64 Wiederholungen im Durchschnitt pro Gespräch). Acht dieser elf Nicht-Arabismen sind der englischen Sprache zuordenbar, die anderen Wörter haben ihren Ursprung beispielsweise in der Sprache Wolof (*xaalis*) oder Romani (*rodave*).

Das *département* mit der höchsten Anzahl von Arabismen ist *Yvelines*, mit insgesamt neun Arabismen in sechs Gesprächen. Mit fünf Arabismen in zehn Aufnahmen folgt *Val-de-Marne*. In den sieben Aufnahmen in *Hauts-de-Seine* und den 13 Aufnahmen in *Seine-Saint-Denis* werden drei Arabismen verwendet. Somit kommt im *département* *Yvelines* in jedem Gespräch zumindest ein Arabismus vor, in *Val-de-Marne* in jedem zweiten. In *Essonne* und *Seine-et-Marne* kommen weder Arabismen noch nicht-Arabismen vor.

In Paris selbst zeigt sich unter den Ergebnissen eine Besonderheit: In sieben Aufnahmen kommt kein einziger Arabismus vor, jedoch fünf Fremdwörter. Diese sind bis auf das Wort *zephas* alle Anglizismen.

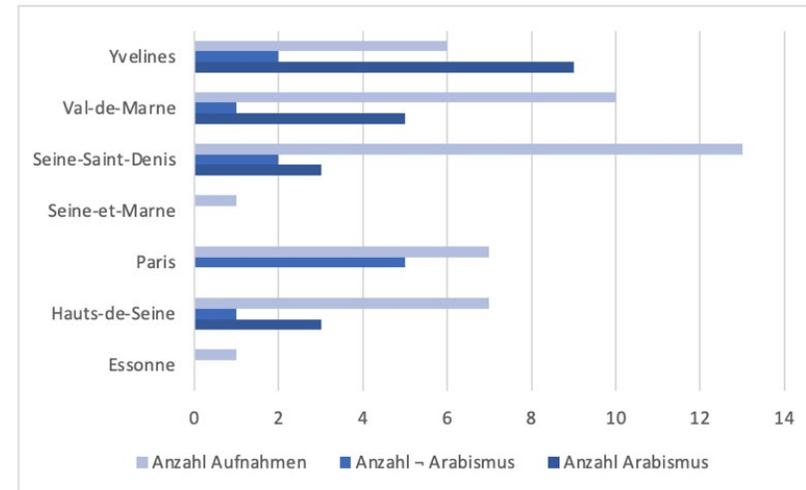


Abbildung 2: Daten Soundscape

### 4.2. Linguistic Landscape

Da in den *départements* *Yvelines* und *Val-de-Marne* die meisten Arabismen in der *Soundscape* des Korpus des *Multicultural Paris French* vorkommen, habe ich mir diese weiter in der *Linguistic Landscape* angesehen. Da im *Multicultural Paris French* auch die jeweilige Gemeinde sichtbar ist, habe ich mir pro *département* die Gemeinden der Sprachaufnahmen in *Google Street View* angesehen. Die Gemeinden in *Yvelines* sind *Fontenay-le-Fleury*, *Mantes-la-Jolie* und *Vernouillet*. In *Val-de-Marne* sind es *Champigny-sur-Marne*, *Nogent-sur-Marne* und *Val-de-Fontenay*. Bezüglich der geografischen Abgrenzung der Gemeinden habe ich mich an der rot markierten Ein-

grenzung durch *Google Maps* orientiert, die angezeigt wird, sobald der Namen der Gemeinde in das Suchfeld eingegeben und auf Enter gedrückt wird. Um eine proportionale Auswertung der Ergebnisse zu ermöglichen, habe ich pro Gemeinde fünf Objekte gesammelt, somit pro *département* insgesamt 15 Objekte. Es muss weiter auch beachtet werden, dass die Aufnahmen von *Google Street View* nicht alle aktuell aus dem Jahr 2024 sind, sie wurden in einem Zeitraum von 2017 bis 2023 aufgenommen, somit bleibt offen, inwiefern die Ergebnisse tatsächlich in einen konstruktiven Vergleich mit den Daten aus dem *Multicultural Paris French* Korpus gesetzt werden können.

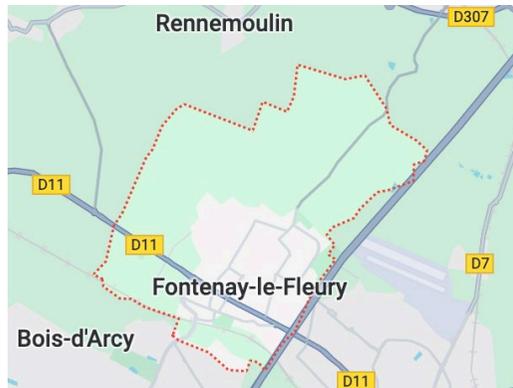


Abbildung 3: beispielhafte Abgrenzung einer Gemeinde auf Google Maps

Untersucht habe ich jegliche Objekte, die Teil der *Linguistic Landscape* sein können. Da es durch *Google Street View* zu Einschränkungen kommt, wie beispielsweise unkenntliche gemachte Objekte oder Orte, die nicht erreicht werden können, war es mir nur begrenzt möglich, die Gemeinden in vollem Ausmaß zu untersuchen. Die Objekte meiner Datensammlung beziehen sich auf Banner, Geschäfts- und Restaurantschilder, Straßenschilder, Informationsschilder der Gemeinde, Werbeplakate und Graffiti. Dies schafft ein möglichst diverses Bild der *Linguistic Landscape* der einzelnen

Gemeinden. Die Objekte habe ich mit einem Snipping-Tool ausgeschnitten, in Excel nach Sprachen gesammelt und dann ausgewertet.

Insgesamt kommen bei den 30 Objekten nur zwei Arabismen vor, jedoch 25 Nicht-Arabismen, wobei sich der Großteil dieser auf englische Wörter bezieht. In den Gemeinden *Fontenay-le-Fleury*, *Mantes-la-Jolie* und *Vernouillet* kommt in der untersuchten *Linguistic Landscape* kein einziger Arabismus vor. In den Gemeinden des *département Val-de-Marne* kommen in *Nogent-sur-Marne* und *Val-de-Fontenay* ebenfalls keine Arabismen vor. Die einzige Gemeinde mit zwei Arabismen ist *Champigny-sur-Marne*, wobei sich diese arabischen Wörter auf einer Moschee befinden.

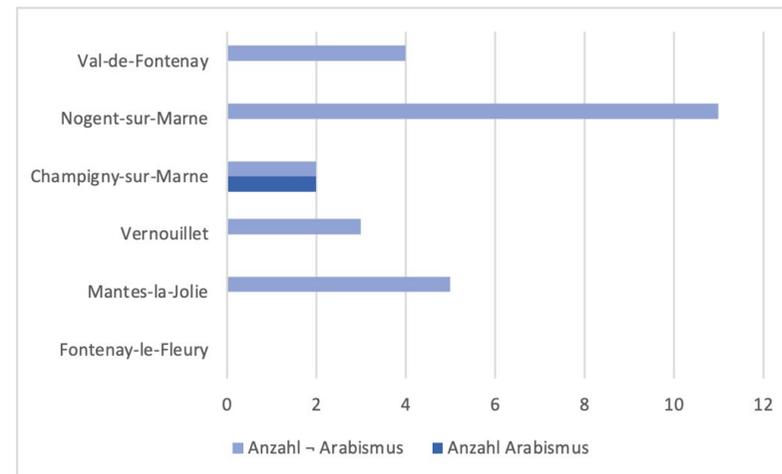


Abbildung 4: Daten *Linguistic Landscape*

### 4.3. Soziopolitische Einflüsse

*Yvelines* hat eine insgesamt Fläche von 2.284,4 km<sup>2</sup> (Préfet des Yvelines o.J.), *Val-de-Marne* hingegen nur eine von 245 km<sup>2</sup> (Régions et Départe-

ments français 2024) und ist somit um 2039,4 km<sup>2</sup> kleiner als *Yvelines*. Jedoch haben beiden *départements* eine fast gleich hohe Bevölkerungsgröße. Aus den Schätzungen des *Institut national de la statistique et des études économiques* geht hervor, dass 2022 in *Val-de-Marne* 1.434.300 Menschen gelebt haben und in *Yvelines* 1.463.700 Menschen (Jabot 2023). Die Bevölkerungsdichte beläuft sich also in *Yvelines* auf circa 641 Menschen pro km<sup>2</sup> und in *Val-de-Marne* auf 5.840 Menschen pro km<sup>2</sup>.

*Yvelines* ist das größte der neuen *départements* der *Île-de-France*. Die Hauptstadt *Versailles* stellt einen wichtigen kulturellen und touristischen Faktor dar. Abgesehen davon, ist *Yvelines* eines der besten industriell entwickelten *départements* und hat eine sehr geringe Arbeitslosenquote (Préfet des *Yvelines* o.J.). *Val-de-Marne* grenzt im Nordwesten an Paris und ist somit auch näher an der Hauptstadt als es *Yvelines* ist (Insee 2024). Der Großteil der Bewohner\*innen beider *départements* haben auch dort ihren Hauptwohnsitz, lediglich rund 2% hatten im Jahr 2020 in *Val-de-Marne* ihren Zweitwohnsitz oder nur eine gelegentliche Unterkunft. In *Yvelines* zeigt sich ein ähnliches Bild, wobei die Anzahl der nicht Hauptwohnsitze circa 2,6% ausmacht. Bezüglich des Migrationshintergrundes der Bevölkerung der *départements* können nur Statistiken auf nationaler Ebene herangezogen und interpretiert werden. Im Jahr 2022 haben rund 7 Millionen Immigrant\*innen in Frankreich gelebt, wovon circa 48% in Afrika (3.376 Millionen), 32% in Europa (2.263 Millionen), rund 14% in Asien (947.500) und 6% (419.600)s in Nord- oder Südamerika oder Ozeanien geboren sind. Die häufigsten Geburtsländer der Einwander\*innen waren Marokko, Algerien und Tunesien (Insee 2023), somit drei Ländern in denen das Arabische als Amtssprache geführt wird.

Neben den demografischen und geografischen Gegebenheiten ist es ebenfalls wichtig, die gesetzliche Lage anzuführen. Denn die Kompeten-

zen der Gemeinden und *départements* können sich folglich auf die *Linguistic Landscape* und *Soundscape* auswirken. Grundsätzlich sind *collectivités* in *communes*, *départements* und *régions* eingeteilt. Diese drei Ebenen haben jeweils unterschiedliche Befugnisse. Letztere werden nicht von den *collectivités* selbst festgelegt, sondern vom nationalen Gesetzgeber. Somit sind gemäß Subsidiaritätsprinzip die *collectivités* grundsätzlich nur dazu befugt, Entscheidungen zu treffen, die sie auf lokaler Ebene besser umsetzen können, als es auf nationaler Ebene geschehen könnte. Sie können auch nicht in Bereiche eingreifen, die allein dem Staat zustehen, wie beispielsweise Gesetze oder Verordnungen zu erlassen. Die *régions* verfügen über Kompetenzen in Bereichen wie der Wirtschaftsentwicklung, der Berufsbildung und dem nicht-städtischen Verkehr. Die *départements* können über Infrastruktur, die Verwaltung von Hochschulen und sozialen Maßnahmen entscheiden. Die Kompetenz der *communes* beschränkt sich auf einerseits die Beratung von in ihren Zuständigkeitsbereich fallende Angelegenheiten und andererseits auf Bereiche wie der Stadtplanung, dem Wohnen und der Verwaltung von Vorschulen (Loi n° 2015-991 2015). Die Sprachpolitik und die Entscheidung welche Sprache gesprochen wird fällt somit nicht in die Kompetenz der *collectivités*. Sie ist einerseits geregelt von dem ältesten noch heute in Kraft stehenden Erlass Frankreichs, der *Ordonnance de Villers-Cotterêts* (Centre des Monuments nationaux o.J.) und dem Artikel 2 der französischen Verfassung, der besagt, dass „La langue de la République est le français.“. Weiters trägt das *Loi relative à l'emploi de la langue française*, auch *Loi Toubon* genannt, welches im Jahr 1994 in Kraft trat, wesentlich zur hegemonialen Stellung des Französischen bei. Denn der Zweck liegt darin, zwar auf der die Mehrsprachigkeit zu fördern, jedoch muss aber beispielsweise ein Werbeslogan, welcher in einer Fremdsprache verfasst ist, in das Französische übersetzt werden.

Auch wenn in Frankreich das Französische als (Amts-)Sprache eine wichtige Rolle spielt, wird Arabisch von mehr als 3 Millionen Menschen in Frankreich regelmäßig im täglichen Gebrauch verwendet (Dufour 2009: 1-2). Die Übernahme des Arabischen geschieht durch jüngere Generationen von ihren Eltern und Großeltern, die als Einwander\*innen, vor allem aus Nordafrika nach Frankreich gekommen sind. Jedoch findet die Übertragung des Arabischen nicht in einem institutionellen Rahmen statt, da die Sprache, wenn nur im Hochschulbereich oder eigens dafür errichteten Vereinen unterrichtet wird. Die Praxis der Sprache manifestiert sich nicht nur im familiären Kontext oder der Sprachgemeinschaft, sondern auch in beruflichen Kontexten oder verschiedenen künstlerischen Bereichen wie Musik, Kino und Literatur. Durch die Abwesenheit von Stigmatisierung und externe Wertschätzung durch die Gesellschaft sowie öffentliche Präsenz der Sprache könnte das Arabische als kulturelles Erbe Frankreichs gestärkt werden (Levallois 2009: 6). Jedoch ist die Ächtung des Arabischen in Frankreich durchaus Alltag, so wie es auch der Journalist und Autor, Nail Wakim, welcher einen libanesischen Hintergrund hat, in einem Interview meint: „la stigmatisation de son identité arabe en France a selon lui, consciemment ou non, conduit à une dévaluation progressive de son image de la langue arabe“ (Jakinola 2020). Die Wahrnehmung von Arabisch sprechenden Menschen in Frankreich bleibt also ein ambivalentes Bild, denn „the fact remains that the perception of the other varies between rejection and attraction according to crises and events.“ (Saouli 2020).

## 5. Diskussion und Fazit

So wie die Auffassung des Arabischen in Frankreich nicht einheitlich ist, zeigt sich auch bei den Ergebnissen bezüglich der Diffusion, also der Verbreitung von Arabismen in der *Île-de-France* in der *Linguistic Landscape* und der *Soundscape* ein großer Unterschied.

Die Analyse der *Soundscape* hat gezeigt, dass es zwar im Durchschnitt eine höhere Verwendung von Arabismen als von nicht-Arabismen gibt. Dies kommt jedoch stark auf die *départements* an. Denn in manchen Gemeinden wie *Gagny* in *Seine-Saint-Denis* kommt kein einziges Fremdwort vor, in *Montreuil* oder *Noisy-le-Grand* finden sich dann jedoch wieder Arabismen und nicht-Arabismen. Es kann also kein einheitliches Bild über die *Soundscape* der *Île-de-France* geschlossen werden, was durchaus auch geschuldet der Größe der Region ist und somit ein proportionaler Vergleich kaum möglich ist.

Während in der *Soundscape Val-de-Marne* und *Yvelines* die *départements* mit den am meisten verwendeten Arabismen im Korpus des *Multicultural Paris French* waren, zeigte sich in der *Linguistic Landscape* ein anderes Bild. In *Yvelines* kam in den drei Gemeinden kein Arabismus vor, hingegen jedoch acht nicht-Arabismen, wobei die Mehrzahl Anglizismen waren. In *Val-de-Marne* kam es lediglich auch nur zu zwei Arabismen im Vergleich zu 17 nicht-Arabismen wohingegen in der *Soundscape* es in jedem zweiten Gespräch zu der Verwendung zumindest eines Arabismus kam.

Es zeigt sich deutlich, dass wie bereits angedeutet, die *Linguistic Landscape* stärker von der ihr übergeordneten Institutionen in einem abhängigen Machtverhältnis, als die *Soundscape* steht. Trotz dessen, dass die Gemeinden und *départements* nicht die juristische Kompetenz besitzen, die Sprachpolitik ihrer Sprachgemeinschaft zu beeinflussen, ist einerseits der Einfluss der nationalen Rechtslage und andererseits die Maßnahmen wie

beispielsweise jene der *départements* über die Infrastruktur entscheidend für die Gestaltung des Raumes der Akteur\*innen einer Stadt oder einer Gemeinde. Die *Linguistic Landscape* steht in einem stärkeren Abhängigkeitsverhältnis als die *Soundscape* zu ihren Produzent\*innen, denn sie ist abgänglich von diesen Entscheidungen über den Raum in welchem sie existieren kann. Denn die *Linguistic Landscape* kann nur in einem Kollektiv entstehen und bestehen und somit institutionalisiert werden. Da das Arabische zwar die Mehrheit der Sprache der Einwander\*innen darstellt und eine wichtige Rolle im kulturellen, politischen und sozialen Leben spielt, ist es dennoch nicht dazu gekommen, dass sich das Arabische als *langue* nach dem Verständnis von Heringer tatsächlich etablieren konnte (Heringer 2013: 29-33).

Hingegen ist es für das gesprochene Arabische einfacher, an Präsenz in der Öffentlichkeit zu gewinnen. Denn die *parole* kann zwar auch zu einem institutionellen Wert führen, vorrangig ist sie jedoch nur in einer Beziehung zwischen Produzent\*in und Rezipient\*in. Somit ist sie nicht gezwungen im Rahmen der nationalen Sprachpolitik Frankreichs zu bleiben, sondern kann daraus ausbrechen und neben dem Französischen koexistieren. Wenngleich für Einwander\*innen ihre Muttersprache eine wichtige Rolle spielt, hat Ennasiri gezeigt, dass das Französische trotzdem als wichtigste Sprache anerkannt wird (Ennasiri 2023: 6).

Die Problematik bei der Forschung für diese Proseminararbeit war das Fehlen der Daten der Sprecher\*innen des Korpus des *Multicultural Paris French*. Denn ohne Einordnung der einzelnen Personen kann das in Kontext stellen mit soziopolitischen Faktoren zu einer Ambiguität bzw. einer uneindeutigen Schlussfolgerung führen. Gezeigt hat sich jedenfalls ein spannender Kontrast zwischen *Yvelines* und *Val-de-Marne*: obwohl *Val-de-Marne* eine höhere Bevölkerungsdichte als *Yvelines* hat, kommen in der letzteren

Gemeinde mehr Arabismen in der *Soundscape* vor. Dies kann darauf hindeuten, dass die kommunikative Beziehung zwischen Rezipient\*in und Produzent\*in der *parole* eng sein muss, da durch die Weitläufigkeit der Gemeinde auch die Gefahr besteht, dass diese Beziehung aufgrund geografischer Distanz leidet und sich dies in der *Soundscape* schlussendlich niederschlägt. In der *Linguistic Landscape* wiederum zeigt sich eine höhere Anzahl von Arabismen in *Val-de-Marne*. Wobei die Anzahl der Arabismen nicht an alltäglichen Orten zu finden ist, wie beispielsweise auf Werbeschilder, Informationstafeln der Gemeinde oder Restaurantnamen, sondern sie befinden sich auf einer Moschee. Selbst an Orten, an denen man von einem Gebrauch einer Fremdsprache wie eben dem Arabischen ausgehen würde, wie beispielsweise einer muslimischen Fleischerei in *Val-de-Marne* (siehe Bild 2.1.5) oder einem Restaurant, welches mit *Plats exotiques* in *Yvelines* wirbt (siehe Bild 1.1.4), ist nur Französisch als geschriebene Sprache zu finden. Es muss bewusst der Kontext des Produkts jeglicher Analyse der *Linguistic Landscape* bedacht werden und die Intention des Produzent/der Produzent\*in hinterfragt werden, so wie auch die Intention des Gesetzgebers/der Gesetzgeberin bei der Durchsetzung von nationaler Sprachpolitik.

Trotz der scheinbaren Homogenität der visuellen *Linguistic Landscape* wird durch die Uneinheitlichkeit der *Soundscape* offensichtlich, dass eine reine oberflächliche Betrachtung des Visuellen nicht ausreicht, um die (Un-)Sichtbarkeit der Mehrsprachigkeit in der *Île-de-France* zu erforschen. Denn wie Peake meint, kann durch das Zuhören bereits bewusst gemacht werden, dass hinter dem Visuellen, welches einen vorschreibenden institutionalisierten Charakter besitzt, eine Sprachenvielfalt steckt (Peake 2012: 187). Dies erfordert jedoch eine Offenheit diese zu entdecken und kann weiters auch im Kontext einer postkolonialen Perspektive als ein dekolonial aufarbeitender Ansatz gesehen werden, um die gesellschaftliche Wahrnehmung des Arabischen in Frankreich zu verändern.

Es ist also zu schlussfolgern, trotz fehlenden Komponenten wie Daten über die Sprecher\*innen der *Soundscape* oder konkreten Zahlen zu dem Anteil von arabischen Einwander\*innen in der *Île-de-France*, dass die Diffusion von Arabismen in der *Île-de-France* einen tatsächlich messbaren Unterschied in der *Soundscape* im Vergleich zur *Linguistic Landscape* aufweist. Dies kann durchaus anhand von soziopolitischen Faktoren analysiert und argumentiert werden, wobei stets ein möglichst breites Bild des öffentlichen Diskurses gezeichnet werden muss.

## BIBLIOGRAPHIE

Agha, Asif (2007): „The Object Called ‘Language’ and the Subject of Linguistics”, in: *Journal of English Linguistics*, 35 (3), 217-235. URL: <https://doi.org.uaccess.univie.ac.at/10.1177/0075424207304240> (letzter Zugriff: 27.02.2024).

Barni, Monica/Bagna, Carla (2010): „Linguistic Landscape and Language Vitality”, in: Shohamy, Elana/Ben-Rafael, Elizier/Barni, Monica (Hrsg.): *Linguistic Landscape in the City*, 3-18. Bristol: Multilingual Matters. URL: <https://doi-org.uaccess.univie.ac.at/10.21832/9781847692993> (letzter Zugriff: 10.03.2024).

Bulot, Thierry (1999): *Langue urbaine et identité: langue et urbanization linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons*, Paris: L’Harmattan.

Bulot, Thierry/Dubois, Lisa (2006): „Avant-propos: Villes et terrains multiformes“, in: *Revue de l’Université de Moncton*, 36 (1), 3-7. URL: <https://doi.org/10.7202/011986ar> (letzter Zugriff: 10.03.2024).

Christ, Diarmait M. G./Thomas, Huw (2008): „Linguistic Diversity and the City: Some Reflections and a Research Agenda”, in: *International Planning*

*Studies*, 13 (1), 1-11. URL: <https://doi.org/10.1080/13563470801969624> (letzter Zugriff: 01.03.2024).

Centre des Monuments nationaux (o.J.): L’ordonnance de Villers-Cotterêts. Cité internationale de la langue Française, in: *Château de Villers-Cotterêts*. URL: <https://www.cite-langue-francaise.fr/decouvrir/l-ordonnance-de-villers-cotterets> (letzter Zugriff: 12.03.2024).

Constitution du 4 octobre 1958. 1958. URL: [https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article\\_lc/LEGIARTI000006527453](https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000006527453) (letzter Zugriff: 12.03.2024).

Degaudenzi, Pauline/Humbert, Florence/Rimbert, Stéphanie/Burfin, Yves/Savelli, Isabelle/Gollain, Vincent/Tarquis, Christine (Hrsg.) (2022): *Paris Region. Facts and Figures*. URL: <https://en.institutparisregion.fr/resources/publications/paris-region-facts-and-figures-2022/> (letzter Zugriff: 03.01.2024).

Dufour, Julien (2009): „La Langue Arabe, une et multiple“, in: Xavier North (Hrsg.): *Langues et cité. Bulletin de l’observatoire des pratiques linguistiques*, 15, 1-3. URL: [https://www.culture.gouv.fr/content/download/93548/file/lc\\_15\\_arabe-en-france\\_def.pdf](https://www.culture.gouv.fr/content/download/93548/file/lc_15_arabe-en-france_def.pdf) (letzter Zugriff: 10.03.2024).

El Ayadi, Nesrin (2022): „Linguistic sound walks: setting out ways to explore the relationship between linguistic soundscapes and experiences of social diversity”, in: *Social & Cultural Geography*, 23 (2), 227-249.

Ennasiri, Ali (2023): „La mise en œuvre de la politique linguistique familiale dans des familles plurilingues d’origine maghrébine en France“, in: *Recherches en didactique des langues et des cultures*, 21 (3). URL: <https://doi.org/10.4000/rdlc.12930> (letzter Zugriff: 07.02.2024).

Gerstenberg, Annette (2023): *MPF: Multicultural Paris French*. URL: <https://wikis.fu-berlin.de/display/tdr/MPF%3A+Multicultural+Paris+French> (letzter Zugriff: 03.01.2024).

Heringer, Hans Jürgen (2013): *Linguistik nach Saussure. Eine Einführung*, Stuttgart: utb Verlag.

Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) (2023): „L’essentiel sur les immigrés et les étrangers“, in: *Institut national de la statistique et des études économiques* (Hrsg.): Chiffres-Clés. URL: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3633212> (letzter Zugriff: 03.03.2024).

Institut national de la statistique et des études économiques (Insee) (2024): „Dossier complet: Département du Val-de-Marne (94)“, in: *Institut national de la statistique et des études économiques* (Hrsg.): Chiffres Détaillés. URL: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=DEP-94> (letzter Zugriff: 09.03.2024).

Jabot, Danielle (2023): „Bilan démographique 2022 de l’Île-de-France: deux naissances pour un décès“, in: *Institut national de la statistique et des études économiques* (Hrsg.): Insee Flash Île-de-France, 77. URL: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6968304> (letzter Zugriff: 04.03.2024).

Jakinola, Maison des Langues (2020): „La représentation de ‘l’Arabe’ en France“, in: *Jakinola: Maison des Langues, Nouveautés*. URL: <https://jakinola.org/brouillon-auto/> (letzter Zugriff: 03.01.2024).

Lakoff, Robin Tolmach (2001): „The Rhetoric of the Extraordinary Moment“, in: *Pragmatics: quarterly publication of the International Pragmatics Association*, 11 (2), 309-327. URL: <https://doi.org/10.1075/prag.11.3.04lak> (letzter Zugriff: 03.01.2024).

Landry, Rodrigue/Bourhis, Richard Y. (1997): „Linguistic landscape and ethnolinguistic Vitality“, in: *Journal of Language and Social Psychology*, 16 (1),

23-49. URL: <https://doi.org/10.1177/0261927X970161002> (letzter Zugriff: 03.01.2024).

Leeman, Jennifer/Modan, Gabriella (2010): „Selling the City: Language, Ethnicity and the Commodified Space“, in: Shohamy, Elana/Ben-Rafael, Elizier/Barni, Monica (Hrsg.): *Linguistic Landscape in the City*, 182-198. Bristol: Multilingual Matters. URL: <https://doi-org.uaccess.univie.ac.at/10.21832/9781847692993> (letzter Zugriff: 10.03.2024).

Levallois, Bruno (2009): „L’enseignement de l’Arabe dans l’Institution scolaire française“ in:

Xavier North (Hrsg.): *Langues et cité. Bulletin de l’observatoire des pratiques linguistiques*, 15, 6-7. URL: [https://www.culture.gouv.fr/content/download/93548/file/lc\\_15\\_arabe-en-france\\_def.pdf](https://www.culture.gouv.fr/content/download/93548/file/lc_15_arabe-en-france_def.pdf) (letzter Zugriff: 10.03.2024).

Loi n°94-665 relative à l’emploi de la langue française. 04.08.1994. NOR: MCCX9400007L. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000005616341/> (letzter Zugriff: 12.03.2024).

Loi n° 2015-991 portant nouvelle organisation territoriale de la République. 08.08.2015. NOR: RDFX1412429L. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000030985460#LEGIARTI000030998115> (letzter Zugriff: 12.03.2024).

Malinowski, David (2009): „Authorship in the linguistic landscape: A multimodal-performative view“, in: Shohamy, Elana/Gorter, Durk (Hrsg.): *Linguistic Landscape. Expanding the Scenery*, 107-125. New York: Routledge.

Peake, Bryce (2012): „Listening, Language, and Colonialism on Main Street, Gibraltar“, in: *Communication and Critical/Cultural Studies*, 9 (2), 171-190. URL: <https://doi.org/10.1080/14791420.2012.663094> (letzter Zugriff: 03.03.2024).

Préfet des Yvelines (o.J.): *Le département des Yvelines*. URL: <https://www.yvelines.gouv.fr/Services-de-l-Etat/Le-departement-des-Yvelines> (letzter Zugriff: 06.03.2024).

Pustka, Elissa (2022): *Französische Sprachwissenschaft. Eine Einführung*, Wien: Narr Francke Attempto.

Purschke, Christoph (2018): „Linguistic Landscapes – Sprachliche Landschaften“, in: Börner, Ingo/Straub, Wolfgang/Zolles, Christian (Hrsg.): *Germanistik digital. Digital Humanities in der Sprach- und Literaturwissenschaft*, 152-167. Wien: Facultas.

Régions et Départements français (2024): *Département 94 le Val-de-Marne*. URL: [https://www.regions-et-departements.fr/departement-94-val-de-marne?utm\\_content=cmp-true](https://www.regions-et-departements.fr/departement-94-val-de-marne?utm_content=cmp-true) (letzter Zugriff: 04.03.2024).

Saouli, Mourad (2020): „How Arabs are perceived in the French imagination“, in: *Arab News*, aktualisiert am 30.11.2020. URL: <https://www.arab-news.com/node/1770661/world> (letzter Zugriff: 13.03.2024).

