

観光の詩的パフォーマンス：日米欧の都市の事例から

高梨博子氏

(日本女子大学)

1. はじめに

観光場面の相互行為は初対面の人と人との異文化コミュニケーションの一形態と捉えられ、そこでは多様な資源を活用した対話が創発する。本発表では、観光場面における「響鳴」(resonance)、すなわち、「発話間の類似性の活性化」(Du Bois 2007)に着目し、「詩的パフォーマンス」という観点から分析を行う。これにより、観光経験の中で形成される社会文化的な価値は、ガイドと旅行者との協働で形成・構造化されていることを示す。観察対象としては、近年国内外の多くの観光都市で活発化してきているウォーキングツアーの事例を取り上げる。

2. 観光のディスコースの特質

観光場面のディスコースをエスノポエティクスの観点から考察する。エスノポエティクスは、ある特定の民族集団の日常生活の振る舞いを探究するものだが、グローバル化が進展する現代社会においては、観光場面もエスノポエティクスの観察対象のフィールドとなりうると考えられる。

さて、この場面には、非対称性がいくつかみられる。まず、多様な異なる文化的背景をもつ人々がグローバルに接触する観光場面では、その土地の人にとっては日常の空間が、旅行者にとっては非日常の空間であるという点があげられる。なお、土地の人にとっても、旅行者との接触は、限られた時空間内での一期一会の出会いという点において非日常的な側面がある点は付言しておきたい。次に、日本を含め世界の多くの場所で外国人旅行者が急増する中であって、「インバウンド観光」の「出会い」では、多くの場合、世界共通語の英語が使用されており、この「英語の使用」についても母語話者と非母語話者の間で言語能力やコミュニケーション・スキルから生じる非対称性がみられる。ほかに、情報量、土地への関与の度合い、サービスの提供者と受容者という制度的役割など

においても不均衡があり、そのなかで現場での振る舞いを観察するのが「観光場面のエスノポエティクス」である。

観光は、これまでに社会学、環境学、人類学、文化地理学などの分野で研究されてきており、「観光のディスコース」に関しては、社会言語学や言語人類学の分野でも研究されている。Urry & Larsen (2011) や Thurlow & Jaworski (2010) によれば、観光は近代のグローバルなモビリティがもたらした文化的産業であり、記号を媒介として、差異によるアイデンティティや力関係、イデオロギーなどが形成される場である。また、Fairclough (2003)は秩序や等価関係に着目し、Appadurai (1990, 1996)は、グローバリゼーションの場に立ち現れる民族景観(ethnoscape)、イデオロギー景観(ideoscape)、言語景観(linguistic landscape)などについて論考しており、Thurlow & Aiello (2007)は、グローバルな記号景観(global semioscape)として述べている。

Urry & Larsen (2011)によれば、「観光者のまなざし」(the tourist gaze)は社会的に構成され制度化されている。観光者は、訪問先の世界を目に映すというより、自国の文化や日常を参照しながら、そこからの逸脱や差異に依拠して世界を整序している。この開かれた記号システムの中で個々のパフォーマンスが蓄積することにより、「観光」の世界が構造化されていく。観光者は、観光経験に対して「典型的な要素をみることへの期待」と「真正性への志向」を併せもち、この説明には Goffman (1959)の「ドラマツルギー」の概念が有効である。すなわち、観光地には、観光者向けの「舞台化された」側面がある一方で、真正と思われるものにも、多かれ少なかれ舞台化された側面があるため、真正性の是非を明確に区別するのは困難であるし、そうすることにあまり意味はない。むしろ、「日常的なパフォーマンス性」に「非日常的でエンターテインメント的なパフォーマンス性」の要素が重なると捉えるべきである。

旅行者は、多種の身体感覚を使って「人やモノや場」と積極的に交わるが、旅行者にとって「日常からの逸脱」や「余暇」である観光行為をみることにより、彼らの日常の規範行動や思考様式を知り得る点において、観光研究の意義があると考えられる。

3. 「詩的パフォーマンス」と響鳴

「詩的パフォーマンス」については、Jakobson(1960, 1981)の「詩的機能」、すなわち、ことばの構造や型は「選択」と「組み合わせ」から形成されるとの考え方に基づいている。換言すれば、平行性(parallelism)、反復(repetition)、等価性(equivalence)が作用し、詩や書き言葉を超えて、話し言葉、あるいは身体、事物、環境との協働を含むマルチモーダルな振る舞いの型に広く浸透しているとの考えに立脚している。

本発表では、Jakobson の詩的機能に深く関わる「響鳴」という概念に着目する。響鳴(resonance)とは、「発話間の類似性の活性化」(“the activation of affinities across utterances”)と定義づけられている (Du Bois 2007)。すなわち、響鳴とは、先行発話の要素を選択して現行発話が再生産される際に、並列する発話間に生じる関係性を意味する。響鳴を表す言語形式に関しては、形態素や語彙のほか、音や文法構造、さらに、繰り返しだけでなく、類似した意味内容が変形や言い換えにより表れるものもある。発話間に生じる響鳴は、平行する異なる形式間に何らかの等価性があるという聞き手の推論を促す。換言すれば、発話間の構造的平行性により活性化される類似性が、解釈的、相互作用的な帰結をもたらすことになる。

また、響鳴は一定の段階を踏みながら循環するという考えが「響鳴サイクル」(resonance cycle)である (Du Bois 2014)。響鳴サイクルは三段階から成り立つ。第一段階の「プライミング」(priming)が作用を促進して第二段階の「再生産」(reproduction)を引き起こし、その触媒反応の結果として第三段階の「響鳴」(resonance)が生じる。この三つの段階を経た響鳴サイクルの循環により、絶え間なく社会文化的価値が創造され、行動システムが構造化されていく。マルチモーダルがプルリモーダル(plurimodal)へと広がり、社会的意味を獲得していくプロセスと言えよう。

観光場面における詩的パフォーマンスの型は、このように循環し、再生産される対話を通じて、ホストとゲストとの協働で構造化され「枠づけ」(フレーミング)されていく。響鳴サイクルがもたらす観光の「型」の創発は、グローバルな近代における社会化(socialization)の一つとも捉えられる。

4. 研究の手法と観察対象

数ある観光資源の中で、何が選択され、どのように語られるのか。また、観光のコミュニケーション様式には、どのような構造的な体系がみられるのか。観光のディスコースというジャンルを枠づけるような特徴にはどのようなものがあるのか。これらの点を明らかにすることを目的とし、観光の詩的パフォーマンスに現れる響鳴に着目しながら、事例を観察する。データ収集に際しては、エスノグラフィー(ethnography)の手法により、国内外の観光都市における英語によるウォーキングツアーのやりとりを参与観察するとともに、ガイドや旅行者にインタビューも行った。

各都市とも、ウォーキングツアーは比較的新しいものが多く、特にボランティアによるものにその傾向が強くみられる。奈良と京都では観光名所を巡る学生ボランティアガイドによるツアー、欧州(ボローニャ、ウィーン、ブダペスト)ではシティーツアーとフードツアー、米国サンタバーバラでは建築物を巡るシティーツアーとウォーターフロントを中心とした歴史ツアーのほか、トロリーバスによるシティーツアーを観察した。各都市とも、その都市の魅力を生かしたツアーが企画・提供されている。参加者の人数や発地国はさまざまだが、英語によるツアーということもあり、アメリカ人をはじめとする英語圏からの参加者が目立ち、日本人参加者はほとんどみられなかった。

5. ケーススタディ分析

1) ボローニャの事例

はじめに、ボローニャについて紹介する。中央イタリア北部のエミリア・ロマーニャ州にあるボローニャは、第二次世界大戦で破壊された区域もあるが、街全体が赤レンガの屋根の色を基調とした中世の面影を残している。交通に便利な地の利を活かして、中世の頃からエミリア街道を中心に交通の要衝として機能し、農産物の集積地としても発達してきた町である。スポーツカーのフェラーリ、ドゥカーティ、ランボルギーニや、タバコのパッケージなどの製造も行う工業都市、スパゲッティ・ボロネーゼに代表される食文化の町、さらに、ヨーロッパ最古の大学とされるボローニャ大学がある大学都市としても知られている。このように多くの魅力をもつボローニャだが、近隣のフィレンツェをはじめ、

ローマやベネチアといった有名な都市は訪れても、ボローニャには立ち寄らない観光客が多い。そこで、そのような観光客にも訪れてもらえるように、ボローニャは近年、豊かな歴史的・文化的観光資源を活用した観光業に熱心に取り組んでいることが、観光局へのインタビューで確認された。



図 1. 中世の面影を残すボローニャの街並み

事例は、市内を巡る英語のフリーウォーキングツアーである。無料であるためか、参加者は十数名と比較的大人数で、国際色も豊かだったが、調査者以外は日本人は一人もいなかった。ボランティアガイドはイタリア在住歴の長いニューヨーク出身のアメリカ人で、ガイド業のほか音楽活動もしているとのことだった。飾らないフランクな態度でスラングやユーモアも交えて話し、観光客からも笑いが起こるなど、和やかでフレンドリーな雰囲気ツアーだった。観光名所以外にも、歩いている途中で何げない所にスポットを当てて説明したり、それについて背景にあるストーリーを語ったりなど、地元の人間ならではの個人的な視点を盛り込みながら案内していた。

ツアーで巡った場所の1つに、Canale di Reno という運河がある。この運河はちょっとした観光スポットだが、ガイドは一般的な説明をしたあと、壁面の落書きについて話し始めた。響鳴によりユーモアが効果的に表現される点と、アメリカ人とイタリア人の間で揺れるガイドのアイデンティティについてみてみよう。



図 2. Canale di Reno を見下ろす壁の落書き

まず，“Pisa merda”というフレーズの落書きについて，“merda”というスラングは英語の“shit”に相当する意味であると述べ、この言葉が、前に置かれる都市名を修飾していると説明する。このようなスラングを躊躇せずに説明することに、ガイドとしての公的役割を超えて、飾らない「素」の自分で旅行者と接していることが表れており、旅行者から起こる楽しそうな笑いからも、彼らがそこに真正性(authenticity)を感じ、好感を抱いていることがわかる。ガイドは、「ピサ」を「フェラーラ」、「ボローニャ」、「ナポリ」、「ミラノ」といった他の都市に置き換えて（“Ferrara merda”など）、このフレーズの言語構造の汎用性について語る。さらに、このフレーズは「けなす」表現としては単純で、「あまりクリエイティブな言い方ではない」とし、出身地のニューヨークでは、「もっとクリエイティブなけなし方をする」と続ける。ここで使用されている代名詞“we”はニューヨーカーを指している。

次に、ダイアグラフを使ってガイドの発話にみられる構造的響鳴をみてみよう。ダイアグラフとは、発話間の響鳴にみられる「構造の平行性」と「要素の等価性」を示すために考案された図解である（Du Bois 2014）。ガイドの発話の中で響鳴する箇所を抜粋し、響鳴する要素を縦列させて響鳴関係を示したものが、ダイアグラフ（1）である。注目する響鳴箇所以外の語句で意味解釈に必要なものは括弧内に記し、そのほかに省略した語句がある場合は括弧内に点線で示す。また、注目すべき響鳴がない行は省略してある。発話の1行目は、イタリア語の“merda”と英語の“shit”が意味的に響鳴しているため、ダイアグラフでは2行に分けて示されている。

ダイアグラフ (1)

1	Guide: (the word)		merda (---)	,
1	(which means)		shit	.
3	(So it' d be like)	Ferrara	merda	,
4		Bologna	merda	,
5		Napoli	merda	,
6		Milano	merda	,
16	(somebody wrote)	Pisa	merda	.

イタリア語の“merda”の説明以降、3～6行と16行目の5回に渡って「都市名+merda」の名詞句構造が反復されていることがダイアグラフからわかる。さらに、この名詞句の構成において、“merda”に修飾される都市名は、いずれもイタリアの有名な都市として意味的に響鳴することも示されている。実際に落書きされていたフレーズは最後に言及される“Pisa merda”であるが、その前に「平凡なけなし方」の例として、“Ferrara merda, Bologna merda, Napoli merda, Milano merda,”と同じ構造内で他の都市が列挙されている。音節の面でも、Pisaを除く4都市はすべて3音節であり、同音節の響鳴からリズム感が生まれるという効果がみられる。

これらの響鳴現象を「響鳴サイクル」にあてはめて考えてみると、1行目の“merda”が「プライミング」効果を発揮して3行目の名詞句“Ferrara merda”の「生産」を促し、その生産物である「響鳴」がさらなるプライミング効果により次の名詞句“Bologna merda”(4行目)を「生産」し、それがまた「響鳴」して次の「プライミング」を引き起こす、という三段階を経た循環が5回繰り返されている。この繰り返しが、ツアーの参加者たちにフレーズとともにこの場の観光経験を印象づけることに寄与している。また、公的な場面では控えられることが多いスラング、特に、「罵り語」というタブー語を、ユーモアを交えて使用するガイドのフランクな人柄が伝わり、ローカルな言語使用を知り得る楽しみも相まって、旅の思い出がよりリアルなものとして旅行者の記憶に刻まれるパフォーマンスとなっている。

さらに、人称代名詞の響鳴から、ガイドのアイデンティティの揺れがみとれる。先の発話内で、“not very creative,”つまり、「この落書きを書いた奴は、

あまりクリエイティブではない。」として、自分の故郷ニューヨークの人たちはとてもクリエイティブに人をけなすことを、“Where I come from, we’re really creative.”と言っていたが、そこでは、(落書きを書いた) イタリア人とニューヨーカーが“not very creative”と“really creative”との対比による構造的響鳴で比較されている。さらに詳しくみると、後者の主語には自らを含める一人称複数形の代名詞“we”が使われていることから、ここでは、長い間イタリアに住んでいても自分はニューヨーカーであるとの認識を示している。しかしこの後、(おそらくボローニャの人間と思われる) 誰かが“Pisa merda”と落書きした理由を推測して、「ボローニャにも斜塔があるのに、ピサの斜塔の方が有名だからピサが嫌いなのだろう。」という発話の中で、ボローニャの斜塔のことを一人称複数形の代名詞で“ours”と表現している。ここでは、自分をボローニャの人間として認識しているのである。先の「ニューヨーカー」としてのアイデンティティと、ここでの「ボローニャの人間」としてのアイデンティティがガイドの中で混在しており、コンテクストによりどちらかが顕在化する様子が、代名詞の使用を並列して比較することにより明らかとなる。

近隣都市の人々の市民感情は外部の人にはなかなかわからないものだが、この例では、ガイドがピサとボローニャのライバル関係を具体的にとりあげて内の視点(emic point of view)から語っており、旅行者はそこに新鮮さと真正性を見出す。このように、ローカルな内情を旅行者に伝えるケースは、日本のウォーキングツアーでも見られた。京都の商業ベースのツアーでは、「京都」対「東京」のライバル意識の構図が外国人に語られていた。そこでは、富山県出身の京都在住のガイドが、ツアー集合場所の京都駅で、目の前にある京都タワーについて、「これ、すごくモダンでしょ？　なんか東京みたいで京都らしくないですよ。」と言っていた。それをきっかけに、「東京」対「京都」、さらには「東京」対「関西」と、他の具体例を盛り込んだ話に発展していく様子が観察された。

次に示す例は、ボローニャの有料フードツアーから、イタリアでチャンピオンに輝いたバリスタが淹れるコーヒーを試飲する場面である。地元ボローニャ出身のイタリア人ガイドによるこのツアーでは、「美食の街」ボローニャの味を楽しめる店を巡り、コーヒー、ハム、チーズ、ジェラートなどを実際に味わい、ボローニャの食文化について理解を深めるツアーである。身体の実感のうち、

主に「味覚」を使いながら、「視覚」や「嗅覚」、舌触りの「触覚」なども使ってマルチモーダルに体感してもらおうとするものである。どの観光都市でも、その土地の「一番」を誇る特色が観光資源として活用されるものだが、ここでは、美食を誇るボローニャがイタリア最高峰のバリスタを輩出したことが格好の観光資源とされている。

この例における響鳴をダイアグラフ(2)と(3)に示す。まず、ダイアグラフ(2)では、「この店のバリスタは、イタリアでチャンピオンになった」と紹介する(1行目)。すでにコンテストに優勝しているため、過去形が使用されている。次に、「今度は世界チャンピオンを決めるコンテストに出場する」という予定を未来形で述べる(2行目)。最上級は使われていないが、チャンピオンが一番を意味するため、“championship”という言葉の繰り返すことにより、バリスタ個人の功績をボローニャの観光資源の一つとして強調している。さらに、「イタリアチャンピオン」(1行目)と「世界チャンピオン」(2行目)は、名詞句構造と、それを内包する発話構造(どちらも名詞句が目的語となっている)の両方の構造が響鳴しており、その構造の平行性が「イタリア」から格上げされた「世界」の要素を際立たせている。つまり、質の高いコーヒー文化をもつイタリアで一番であれば、世界で一番になることも十分ありえることをほのめかして、ボローニャの「食文化のブランド性」をアピールしている。

ダイアグラフ (2)

1	Guide: (He)	won	the Italian championship	,
2	(and now will)	attend	the world championship (---),	
6	(he	works with)	the best brands	(---),

ガイドは、さらに最上級を用いて、「彼(バリスタ)は最上の(コーヒー)ブランドを扱っている」と述べる(6行目)。「チャンピオン」という言葉はないが、1~2行目の「定冠詞+形容詞+名詞」の名詞句構造が反復されている。形容詞の最上級“the best”は「一番」という意味なので“championship”と意味のうえで響鳴しており、同じ意味内容をもつ言葉が平行する構造内で反復されることにより、このバリスタがいかに素晴らしいかを印象づけている。

次に、ダイアグラフ(3)では、バリスタが「一つのブランドだけではなく」(7

行目),「一つのロースターだけでもなく」(8行目),「複数のもの(を扱っている)」(9行目)と,否定形の句構造“not just one ~”を繰り返した後に主張を述べている.ここでは,否定の平行構造が,その後に述べる主張を対比して強調する手段として効果的に使われている.

ダイアグラフ (3)

7	Guide:	not just	one	brand	,
8		not just	one	roaster	(---) ,
9			several	ones	.

2) ウィーンの事例

次に,他の欧州の事例としてウィーンを取り上げる.ウィーン市の観光局にヒアリングしたところ,市の観光戦略としては,芸術文化・宮廷文化・食文化の他,市内の緑の多さや,路面電車などによる交通の便の良さを市の魅力として発信していることが確認された.また,宮廷文化を代表する人物の一人として,ウィーンの人々に親しまれているハプスブルク家のエリーザベト(愛称シシィ)が挙げられるが,モダンなグラフィック調で描かれている彼女の肖像画が市内で見られた.このように,ウィーンは歴史や伝統と近代性が融合しているのが印象的な街である.

ウィーンでは,食文化を紹介する有料のウォーキングツアーに参加して調査を行った.ガイドは地元のオーストリア人女性で,旅行者は調査者の他にアメリカ人夫婦一組であった.ツアー内の使用言語が英語であることから,ネイティブスピーカーであるアメリカ人旅行者とガイドとの間に生じる英語に関する不均衡が,次に示す例を引き起こしている.なお,ガイドの人柄は誠実で親しみやすく,アメリカ人旅行者はガイドとフランクに話していた.

図3は,ガイドが食の市場(フードマーケット)の店頭で,ガラスケースの中の食べ物を説明している場面である.ガイドが「アンチョビ」という英語名を思い出せずに言葉に詰まり困っていると,ツアー参加者全員で協力して言葉を模索し,「サーディン?」などの試行錯誤の末,アメリカ人男性が「アンチョビ!」と言い当て,それを奥さんが「よく言い当てたわね!」と褒めて,和やかな雰囲気の中,一同が笑いに包まれる.ここでは,ベースにある「ガイド=教える側」,

「観光客＝教わる側」という制度的役割を超えた対等な関係性が発現している。また、ガイドが一方的に話すのではなく、旅行者も積極的に会話に参加している。少人数のツアーだからこそ可能ということもあるが、ガイドや旅行者の人物や相性、国民性といった要因も関係していると思われる。



図 3. ウィーンのフードマーケットのウォーキングツアー

3) 奈良の事例

最後に、日本のケースについて、奈良の学生ボランティアガイドによるウォーキングツアーの例をみてみよう。このツアーの参加者はポーランド人女性一人で、この場面では、東大寺大仏の説明において響鳴がみられる。先述のボローニャのバリスタの例と同様、観光資源をその土地のアイデンティティとして印象づけるために、まず最上級を使って「これは世界最大の銅像の大仏だ。」と説明する。その後、大仏建立の背景となった 8 世紀の日本の社会状況を述べる部分にみられる響鳴をダイアグラフ (4) に示す。

ダイアグラフ (4)

5	Guide:	the Emperor	wanted	to	cure	citizens	.
7		he	was made	for	helping	citizens	.
13		he	's trying	to	help	citizens	.

これに先行する発話に反復してみられる “why he was made” が、ダイアグラフの 7 行目では “He was made for ~” と、文法構造が変形(transformation)されている。また、5 行目の “to cure citizens” が、7 行目では “for helping citizens” と句の内部構造は変形されて動詞も変えられているが、目的語の “citizens” を

維持しながら類似した意味内容が伝えられている。さらに、13 行目では、7 行目の動詞 “help” を反復しながら 5 行目の to 不定詞の句構造が再利用されている。このように、文法構造の変形や、構造内で平行性をもつ要素の代替などによる響鳴が、発話間の類似性を活性化させ、ダイアグラフで縦に並べられた要素が等価性をもつものと聞き手が推量するのをアフォード(afford)している。さらに注目すべきは、7 行目と 13 行目の主語 “he” が 5 行目の主語 “the Emperor” (大仏建立を命じた聖武天皇) ではなく大仏を指していることである。すなわち、大仏建立の由来を語る中で、民衆を救済しようとする動作主が、当時の社会状況を憂えて大仏建立を命じた聖武天皇から大仏自体へと変換している。ガイドの視点の変化とともに、眼前に存在する大仏がストーリーの主演となり、奈良の観光資源として印象づけられている。

6. 本発表のまとめ

観光都市をフィールドとしたエスノグラフィーによりウォーキングツアーのガイドと旅行者間の相互行為を分析した結果、以下の 3 点について、響鳴を通じた詩的パフォーマンスが確認された。

1 点目として、ガイドは、その土地の魅力を観光資源としてアピールする際に、発話構造の平行性に基づいた要素の変換や構造の変形を効果的に用いて響鳴サイクルを産出し、旅行者への印象づけを強化していることが観察された。また、選択される観光資源としては、旅行者がすでに知っている有名なものだけでなく、旅行者が知らない「隠れた魅力」をローカルな視点から紹介することにより、旅行者に新しい発見や驚きを提供していた。その際、ガイドの飾らない態度も手伝って、和やかな一体感や共感も創発していた。

2 点目として、観光体験の「パフォーマンス転回」により、視覚だけでなく、味覚や嗅覚や触覚など、五感に訴える案内がされて、新たな認識や感情を創出していた。観光者の想像力をかき立てるケースもみられた。例えば、東大寺大仏の歴史的背景の説明により、現在目に見える形に過去の姿が重ねられ、時空間の幅の広がりが見え、観光者の想像を促し、理解や感動をより一層深めていた。

3 点目は、観光の詩的パフォーマンスの構造化・制度化である。ガイドの説明において、平行性をもつ発話構造の反復により、ガイドの振る舞いの型が構造

化されていたほか、ガイドと旅行者間の「相互行為の型」の制度化も観察された。後者に関しては、制度的役割に基づいて、ガイドが観光資源について説明して教え、観光者がそれを聞いて学ぶという相補的な型、すなわち、「ガイドが観光者のまなざしを誘導し、方向づける」型がベースにある。一方で、その基本型から逸脱して、「遊び」や「ユーモア」の相互行為のフレームや、役割を超えた対等な関係性が創発する場面もみられた。この「基本形」と「逸脱形」のバランスがうまく取られることによって、観光のパフォーマンスが真正性をもち、楽しみの感情を創出するものとなっていた。

質疑応答

質問：なぜ、今、ポエティクスなのか。

回答：観光は、交通や通信手段の発達、移動のグローバル化、余暇感覚の変化などを象徴する現象である。また、文化的背景や言葉を異にする人々が接触して交流する非日常的な経験が展開される場である。こうした環境下で、初対面のホストとゲストの間での異文化交流がどのようになされているのか、また、対話の特質や課題を探究することは、グローバリゼーションが進展する現代社会において重要性を増している。「非日常」のエスノポエティクスは、「日常」のエスノポエティクスも示唆することと、「グローバリゼーション」が進む現代において、観光資源となる各地域の特異性を大切にする「ローカリゼーション」も平行して進んでいることにも注目したい。

参考文献

Appadurai, Arjun (1990) "Disjuncture and difference in the global cultural economy."

Theory, Culture & Society 7: 295-310.

Appadurai, Arjun (1996) *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*.

Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Du Bois, John W. (2007) "The stance triangle." In Robert Englebretson (ed.),

Stancetaking in discourse: Subjectivity, evaluation, interaction. Amsterdam: John Benjamins. 139-182.

Du Bois, John W. (2014) "Towards a dialogic syntax." *Cognitive Linguistics* 25(3):

359-410.

Fairclough, Norman (2003) *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London: Routledge.

Goffman, Erving (1959) *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books.

Jakobson, Roman (1960) "Closing statement: Linguistics and poetics." In Thomas A. Sebeok (ed.), *Style in language*. Cambridge, MA: MIT Press. 350-377.

Jakobson, Roman (1981) "Poetry of grammar and grammar of poetry." In Stephen Rudy (ed.), *Roman Jakobson selected writings, Vol. 3: Poetry of grammar and grammar of poetry*. The Hague: Mouton de Gruyter. 87-97.

Thurlow, Crispin and Giorgia Aiello (2007) "National pride, global capital: A social semiotic analysis of transnational visual branding in the airline industry." *Visual Communication* 6(3): 305-344.

Thurlow, Crispin and Adam Jaworski (2010) *Tourism discourse: Language and global mobility*. London: Palgrave Macmillan.

Urry, John and Jonas Larsen (2011) *The tourist gaze 3.0 (3rd edition)*. London: Sage.