



Università  
Ca' Foscari  
Venezia  
Facoltà  
di Lingue  
e Letterature  
Straniere

## Corso di Laurea in lingue e civiltà dell'Asia e dell'Africa mediterranea

Prova finale di Laurea

### Gli ideofoni nella lingua giapponese

Gli usi attuali in pubblicità e il  
loro effetto sulle vendite

**Relatore**

Ch. Prof. Paolo Calvetti

**Correlatore:**

Ch. Prof. Giuseppe Pappalardo

**Laureando**

Valeria Criscuolo Matricola 83203

**Anno Accademico 2015/ 2016**

## Indice

序論.....	4
Introduzione.....	8
PARTE PRIMA Gli ideofoni e gli ideofoni nella lingua giapponese: caratteristiche e problematiche.....	16
Introduzione.....	16
Cap. 1 Gli ideofoni.....	17
1. Gli ideofoni nelle lingue del mondo.....	17
2. Gli ideofoni nella lingua giapponese.....	23
3. Primi utilizzi degli ideofoni nella lingua giapponese nei testi scritti.....	27
Cap. 2 La scrittura: la struttura fonotattica degli ideofoni nella lingua giapponese.....	30
Cap. 3 Caratteristiche morfofonologiche degli ideofoni nella lingua giapponese.....	44
PARTE SECONDA L'uso attuale degli ideofoni nella lingua giapponese: gli ideofoni nel mondo pubblicitario, utilizzi ed effetti nelle vendite.....	52
Introduzione.....	52
Cap. 1 Gli ideofoni nelle pubblicità televisive.....	54
Cap. 2 Gli ideofoni sui prodotti dei <i>konbini</i> .....	68
Cap. 3 Gli effetti degli ideofoni sulle vendite.....	76
Conclusione.....	84
Appendici.....	87
Appendice A.....	87
Apendice B.....	97

Appendice C.....	102
Appendice D.....	104
Bibliografia.....	136
Ringraziamenti.....	141

## 序論

横浜市立大学に留学した時、次の文章にであった。

「朝、ピピピッ、ピピピッ、ピピピピピー、と目覚ましが鳴る。うあつ、遅刻だ、ガバツと起きる。ドタドタと洗面所に行き、クシュクシュと歯をみがく。あたふたと着替えて、場合によっては、トーストをぱくっと口にくわえる。牛乳も飲んでおくか。ゴクゴク。ボタンとドアを閉め、カチッとカギをかける。スタスタと足早に、バス停か駅に向かう。または、自転車、バイク、車に乗るか。キーコキーコ。ドルル。ブーン。

ひとり暮らしの勤め人なら、そんな感じか。

家族を送り出したあとの、一家の主婦も忙しい。ほっと一息つくひもあらばこそ、食器をカチャカチャ洗い、洗濯機をゴーと回し、風呂場をキュッキュッとみがく。掃除機も、ブーンとかける。ネコがニャーとすり寄ってくる。

一方、学校や仕事へとむかったほうはと見れば、電車に乗れば、ゴトゴトゆられながら、学校や職場に着く。私が高校生のころは、下駄をはいてカラコロ鳴らしながら発校したのだが、いまや、そんなことをしたら、騒音だと言われる。

学校に着けば、キンコンカンコンというチャイムで、授業が始まる。おっと、これも以前はジリジリジリというベルだった。バタバタと履き物の音をさせながら先生がやってきて、ガラッとドアを開ける。ガタタンと生徒は立ち上がり、礼をかわす。先生の板書の音がカツコツと鳴り、生徒はサラサラとノートをとる。

職場に着いたひとたちは、ブーンと開く自動ドアから、キーときしむ手押しドア、はたまた、ガラガラと音の立つ引き戸まで、さまざまな入り口をとおって、自分の席に着く。運転手が仕事なら、バタムとドアをしめて、シートに

すわる。現場に出ているひとは、**ウーン**と機械のスイッチを入れる。パソコンに向かうひとは、**ガチャガチャ**とキーボードをたたきはじめる。漁船に乗り込んだひとは、**ドドドド**と船のエンジンをかける。

外からは、さまざまな音が聞こえてくる。**ピーポピーポ**、救急車が患者のところへ向かっているらしい。**ウウー**、パトカーのサイレン。違反車両を追っているのか。**ブブー**、**キキー**、**バタン**、**ガラガラ**。荷物をおろすような音。宅配便の車がきたか。**ピンポン**、ドアのチャイムが鳴る。やはり、そうだ。**ワンワン**、**ワンワン**、となりの犬もほえる。

昼になる。食事時。弁当を**ぱくぱく**食べるひと。麺類を、**ずずー**とすすむひと。**はふはふ**。ちょっと熱いらしい。**げっぷ**。ちょっときたない。

午後、食事直後の**まったり**とした時が流れる。危険な時間帯である。**コクリコクリ**、思わず気を失いそうになって、**ビクン**と起き直る。見られやしなかったか、**キョロキョロ**する。そんなそぶりも見せず、**バリバリ**はたらいっているひともいる。申し訳ない。ちょっと、**しゅん**とする。

仕事が終わる。よしっ、今日は**ブイブイ**言わせるぞ、とかなんとかいう声を聞きながら、**ブイブイ**はさすがに古いんじゃないか、などと思いつつ、今日は熱燗を**きゅっ**といくか、と心を決める。まわりを見れば、そそくさと帰るひと、**ゆったり**構えているひと、**そわそわ**落ち着かないひと、**いらいら**時計を見ているひと、**ぐっ**と伸びをしているひと、**ポキポキ**と首を左右にして鳴らすひと。

飲み屋に行けば、**わいわい**、**がやがや**、**ざわざわ**。カンパーイ、**カチン**とジョッキをあわせるひとびと。**ぐびぐび**ビールをあおるひと。**ちびちび**、おちょこを口には**こぶ**ひと。おれはねえ、**センパイ**・・・、**くどくど**からむひと。いそいそ酒をすすめるひと。**にこにこ**満面、笑みのひと。てかてか顔の赤いひと。**げんなり**顔の青いひと。これは、ちょっと危険。なぜか、**うひゃうひゃ**、はしやぐひと。**ふらふら**歩いていたかと思うと、いきなり、**ぺたん**と座りこむひと。

このひとも、危険。やたら、両手のひらでごしごし顔をぬぐうひと。アライグマか。トイレに立つ。戸の向こうから、おえつぶ、うえー、といううめき声が聞こえる。気分が悪いらしい。

帰り道、まだ酔いがのこって、ふらふら歩く。へろへろしながらも、無事に帰宅。ほっと、思わず、ため息がもれる。ふっと顔をあげると、むすつとご機嫌なめな顔。ぎくつとしながら、今日は、ええと、送別会で・・・、などと言いつつ、い訳するが、へえーっ、と信じない顔。そりゃそうだな。がみがみ言われないうちに、風呂場に逃げる。酒を飲んできて、風呂に入るのは体に悪いのだが、ちらと頭をかすめる。湯船に、じゃぶじゃぶつか。金を湯水のように使う、などというのは、風呂場のことが元なのだろうか、なんていう思いつきがふつと浮かぶ。あとで、さくつとネットで調べるか。

風呂からあがると、缶ビールをプッシュとあけたくなるが、ぐつとこらえる。テレビのドラマで、少しうるうるし、ニュースで、むかむかする。ふとんへ、ごそごそもぐりこむ。ふあーと伸びをして、眠り込む。このあとは、自分では見えない。寝ぼけながら、ぼりぼり体をかく。むにゃむにゃ、意味のないことを言う。グオー、といびきをかく。いびきもかき疲れて、あとは、すやすや眠る。また、目覚まし時計が朝を告げるまで・・・。」

(小野正弘『オノマトペがあるから日本語は楽しい。擬音語・擬態語の豊かな世界』平凡社、2007年、P. 115 - 119 )

以上引用したようなかたちで、日本人のオノマトペに囲まれた豊かな長い一日が過ぎていく。起床時から就寝時まで日本人の生活にはオノマトペの使用が活発であり、しかも、自然に気軽に使用されている。オノマトペは、日常会話にも、テレビにも、雑誌にも、チップスのパッケージにも、様々な場面に使われている。

日本では幼稚園の時からオノマトペが教えられている。ほとんどの日本人であるなら以上に引用した文章を何の違和感もなく読み、なるほどとうなずく。しかし、この文章を英語やイタリア語に翻訳しようと思っても、非常に難しい。なぜなら、オノマトペは日本語に独特な日常語であるからである。たとえば、イタリア語にはオノマトペがまったくないとは言えないが、話す際は一切使用しない。では、なぜそのようなことが起こるのだろうか。それはイタリア語と違って日本語ではオノマトペが普通の言葉だからである。だが、イタリア人の私には特別に感じてしまう。もしかすると、どこかの範囲で特別な扱いをされているのではないかという思い、この問題を明らかにしていきたいと、調査を行った。

この論文は主に二部に分かれる。

第一部では、本論全体を理解しやすくするため、日本語のオノマトペだけではなく、イタリア語、英語、アフリカの言語のオノマトペについても述べる。オノマトペの定義を説明したうえで、日本語オノマトペの分析やその史的展開について詳細に述べる。

第二部では、現在の日本におけるオノマトペの使用状況から、日本人に身近なオノマトペについて調査を行った。具体的には、まず、テレビのコマーシャルを見て行った調査。そして、コンビニで行った調査。最後に、日本国内の主要な製菓株式会社に送ったアンケート結果を分析することによって、日本語オノマトペの特別な使用が存在しているかどうか考察を行う。

## Introduzione

Durante gli studi compiuti nel periodo del mio viaggio in Giappone presso la Yokohama City University, mi sono imbattuta in un'opera dal titolo: "Il giapponese è divertente grazie alla presenza degli ideofoni" (Ono, 2007). Un testo in cui l'autore, affascinato da questa categoria lessicale della sua lingua madre, ne tratta diversi aspetti molto interessanti. Ma ciò che mi ha colpito maggiormente di tutta l'opera è il seguente brano:

「朝、ピピピッ、ピピピッ、ピピピピピー、と目覚ましが鳴る。うあつ、遅刻だ、ガバツと起きる。ドタドタと洗面所に行き、クシュクシュと歯をみがく。あたふたと着替えて、場合によっては、トーストをぱくっと口にくわえる。牛乳も飲んでおくか。ゴクゴク。パタンとドアを閉め、カチッとカギをかける。スタスタと足早に、バス停か駅に向かう。または、自転車、バイク、車に乗るか。キーコキーコ。ドルル。ブーン。

ひとり暮らしの勤め人なら、そんな感じか。

家族を送り出したあとの、一家の主婦も忙しい。ほっと一息つくひもあらばこそ、食器をカチャカチャ洗い、洗濯機をゴーと回し、風呂場をキュッキュツとみがく。掃除機も、ブーンとかける。ネコがニャーとすり寄ってくる。

一方、学校や仕事へとむかったほうはと見れば、電車に乗れば、ゴトゴトゆられながら、学校や職場に着く。私が高校生のころは、下駄をはいてカラコロ鳴らしながら発校したのだが、いまや、そんなことをしたら、騒音だと言われる。

学校に着けば、キンコンカンコンというチャイムで、授業が始まる。おっと、これも以前はジリジリジリというベルだった。バタバタと履き物の音をさせながら先生がやってきて、ガラッとドアを開ける。ガタタンと生徒は立ち上がり、礼をかわす。先生の板書の音がカツコツと鳴り、生徒はサラサラとノートをとる。

職場に着いたひとたちは、ブーンと開く自動ドアから、キーときしむ手押し  
のドア、はたまた、ガラガラと音の立つ引き戸まで、さまざまな入り口をと  
おって、自分の席に着く。運転手が仕事なら、バタムとドアをしめて、シートに  
すわる。現場に出ているひとは、ウイーンと機械のスイッチを入れる。パソコ  
ンに向かうひとは、ガチャガチャとキーボードをたたきはじめる。漁船に乗り  
込んだひとは、ドドドドと船のエンジンをかける。

外からは、さまざまな音が聞こえてくる。ピーポピーポ、救急車が患者のと  
ころへ向かっているらしい。ウウウー、パトカーのサイレン。違反車両を追っ  
ているのか。ブブー、キキー、ボタン、ガラガラ。荷物をおろすような音。宅  
配便の車がきたか。ピンポン、ドアのチャイムが鳴る。やはり、そうだ。ワン  
ワン、ワンワン、となりの犬もほえる。

昼になる。食事時。弁当をばくばく食べるひと。麺類を、ずずーとすすむひ  
と。はふはふ。ちょっと熱いらしい。げっぶ。ちょっときたない。

午後、食事直後のまったりとした時が流れる。危険な時間帯である。コクリ  
コクリ、思わず気を失いそうになって、ピクンと起き直る。見られやしなかつ  
たか、キョロキョロする。そんなそぶりも見せず、バリバリはたらいしているひ  
ともいる。申し訳ない。ちょっと、しゅんとする。

仕事が終わる。よしっ、今日はブイブイ言わせるぞ、とかなんとかいう声を  
聞きながら、ブイブイはさすがに古いんじゃないか、などと思いつつ、今日は  
熱爛をきゅっといくか、と心を決める。まわりを見れば、そそくさと帰るひと、  
ゆったり構えているひと、そわそわ落ち着かないひと、いらいら時計を見てい  
るひと、ぐっと伸びをしているひと、ポキポキと首を左右にして鳴らすひと。

飲み屋に行けば、わいわい、がやがや、ざわざわ。カンパーイ、カチンとジ  
ョッキをあわせるひとびと。ぐびぐびビールをあおるひと。ちびちび、おちょ  
こを口にはこぶひと。おれはねえ、センパイ・・・、くどくどからむひと。い

そいそ酒をすすめるひと。にこにこ満面、笑みのひと。てかてか顔の赤いひと。  
げんなり顔の青いひと。これは、ちょっと危険。なぜか、うひゃうひゃ、はし  
ゃぐひと。ふらふら歩いていたかと思うと、いきなり、ぺたんと座りこむひと。  
このひとも、危険。やたら、両手のひらでごしごし顔をぬぐうひと。アライグ  
マか。トイレに立つ。戸の向こうから、おえっぷ、うえー、といううめき声が  
聞こえる。気分が悪いらしい。

帰り道、まだ酔いがのこって、ふらふら歩く。へろへろしながらも、無事に  
帰宅。ほっと、思わず、ため息がもれる。ふっと顔をあげると、むすつとご機  
嫌なめな顔。ぎくつとしながら、今日は、ええと、送別会で・・・、などと言  
い訳するが、へえーっ、と信じない顔。そりゃそうだわな。がみがみ言われな  
いうちに、風呂場に逃げる。酒を飲んできて、風呂に入るのは体に悪いのだが、  
ちらと頭をかすめる。湯船に、じゃぶじゃぶつかる。金を湯水のように使う、  
などというのは、風呂場のことが元なのだろうか、なんていう思いつきがふっ  
と浮かぶ。あとで、さくつとネットで調べるか。

風呂からあがると、缶ビールをプッシューとあけたくなるが、ぐつとこらえ  
る。テレビのドラマで、少しうるうるし、ニュースで、むかむかする。ふとん  
へ、ごそごそもぐりこむ。ふあーと伸びをして、眠り込む。このあとは、自分  
では見えない。寝ぼけながら、ぼりぼり体をかく。むにゃむにゃ、意味のない  
ことを言う。グオー、といびきをかく。いびきもかき疲れて、あとは、すやす  
や眠る。また、目覚まし時計が朝を告げるまで・・・。」

"È mattina. *Pipipi, pipipi, pipipipipipiii* suona la sveglia. Oh no<sup>1</sup>, è tardissimo! *Gabatto*.  
Ti alzi. *Dotadota*. Vai verso il bagno. Ti lavi i denti con foga. *Kushokusho*. Ti cambi di  
fretta. *Atafuta*. Addenti un toast in velocità. *Pakutto*. Forse è meglio bere anche un  
goccio di latte per buttare giù tutto. *Gokugoku. Batan*. Ti chiudi la porta alle spalle e

---

<sup>1</sup> Nel testo originale viene usato il *giongo ua*.

dai un giro di chiave. **Gachitto**. Ti fiondi alla fermata dell'autobus o alla stazione ferroviaria. **Sutasuta**. Oppure prendi la bici, la moto o la macchina. **Kīkokīko, doruru, buuun**.

Se abitassi da solo faresti più ho meno questa vita no?!

Sei una casalinga impegnata?! Allora di certo non avrai neppure un attimo di respiro<sup>2</sup>.

**Kachakacha**. E lava i piatti. **Gōō**. E accendi la lavatrice. **Kyukkyutto**. E lava il bagno.

Bisogna anche passare l'aspirapolvere. **Būn. Nyā** miagola il gatto venendoti vicino.

Non che per studenti e lavoratori sia tanto meglio. Prendi il treno e, mentre vieni sballottato di qua e di là, **gotogoto**, arrivi finalmente a destinazione. Ai miei tempi quando andavo al liceo tutti gli studenti portavano i *geta*<sup>3</sup> e all'ingresso a scuola si udiva il rumore prodotto dal legno sul selciato. **Karakoro**. Se qualcuno lo facesse adesso, verrebbe sicuramente accusato di disturbo della quiete pubblica.

Una volta a scuola, **kinkonkankon** suona la campanella e iniziano le lezioni. Ah, ma anni fa la campanella faceva **jirijirijiri**. Mentre il professore viene verso l'aula tutti vanno al proprio posto. **Batabata. Garatto**. Si apre la porta. Gli studenti si alzano per il saluto. **Gatatan**. E mentre il professore inizia a scrivere alla lavagna, **katsukotsu**, gli alunni prendono carta e penna per gli appunti. **Sarasara**.

Sei un impiegato? Arrivi in ufficio e passi prima per la porta scorrevole, **būn**, poi per una porta con la maniglia arrugginita, **kī**, fino ad una porta vecchia e rumorosa, **garagara**. E dopo aver passato un'infinità di porte, finalmente giungi alla tua scrivania.

Se invece fai l'autista, chiudi la portiera dell'auto, **batamu** e metti la cintura. Vai in cantiere? E accendi le macchine da lavoro, **uīn**. Sei solito lavorare al computer? Batti tutto il giorno sulla tastiera. **Gachagacha**. Lavori in nave? Metti in moto il motore. **Dodododo**.

Da fuori vengono tantissimi suoni. **Pīpopīpo**. Pare che l'ambulanza stia andando a prendere qualche malato. **Uūū**. La sirena della polizia. Starà inseguendo qualcuno?

---

<sup>2</sup> Nel testo originale viene usato il *giongo ho* ad indicare il suono prodotto dal respiro.

<sup>3</sup> zoccoli di legno.

**Bubū, kikī, batan, garagara.** Sembra il suono di bagagli tirati fuori da una macchina.

Sarà arrivato il postino? **Pinpon.** Hanno suonato. Come pensavi. È il postino. **Wanwan, wanwan** abbaia il cane del vicino.

È mezzogiorno. Finalmente ora di pranzo. C'è chi mangia un panino al sacco.

**Pakupaku.** Chi ha optato per una confezione di spaghetti pronti. **Zuzū. Hafuhafu.**

Meglio soffiarci sopra che scottano. **Geppu.** Che schifo! Potevi evitare di ruttare!

Dopo mangiato ti piacerebbe fare un pisolino confessa. È sempre un momento pericoloso. **Kokuri kokuri.** Ti stai per addormentare e... **pikun.** Ti svegli di soprassalto.

Ti avrà visto qualcuno? Ti guardi intorno con circospezione<sup>4</sup>. Tutti lavorano duramente<sup>5</sup>. Sentiti in colpa.

Finalmente il lavoro è finito. "Oggi si va a bere!"<sup>6</sup> si esalta qualcuno. Anche se pensi di essere troppo vecchio per queste cose decidi di andare comunque. Tanto un gocchetto non fa mai male<sup>7</sup>. Ti guardi intorno e c'è già gente che sonnecchia. Chi sta spaparanzato<sup>8</sup>, chi non si ferma un attimo<sup>9</sup>, chi guarda di continuo l'ora con impazienza<sup>10</sup>, chi si stiracchia<sup>11</sup>, chi scrocchia il collo, **pokipoki.**

Al bar c'è sempre una gran confusione. **Waiwai, gayagaya, zawazawa.** "Cin cin!"

**Kachin.** C'è chi brinda. Chi tracanna un boccale di birra<sup>12</sup>. Chi si fa uno shottino<sup>13</sup>. Chi si avvinghia<sup>14</sup> ai propri *senpai*<sup>15</sup>. Chi continua a bere<sup>16</sup>. Chi sorride spensierato<sup>17</sup>. Chi

---

<sup>4</sup> Ad indicare l'azione di guardarsi intorno nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo kyorokyoro*.

<sup>5</sup> Ad indicare l'azione di lavorare duramente nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo baribari*.

<sup>6</sup> Nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo buibui*.

<sup>7</sup> Ad indicare l'azione di bere nel testo originale viene utilizzato il *giongo kyutto*.

<sup>8</sup> Per il verbo italiano "stare spaparanzati" o "stare seduti comodamente", in giapponese si ha il *gitaigo yuttari*.

<sup>9</sup> Ad enfatizzare l'azione nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo sowasowa*.

<sup>10</sup> Ad indicare l'impazienza nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo iraira*.

<sup>11</sup> Ad indicare l'azione d'allungamento del corpo durante una stiracchiata nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo gutto*.

<sup>12</sup> Nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo gubigubi*.

<sup>13</sup> Nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo chibichibi*.

<sup>14</sup> Ad enfatizzare l'azione del testo originale viene utilizzato il *gitaigo kudokudo*.

<sup>15</sup> Collegli della stessa azienda ma che lavorano da più tempo.

<sup>16</sup> Nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo isoiso*.

<sup>17</sup> Nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo nikoniko*.

ormai ha il viso paonazzo<sup>18</sup>. Chi è blu e sta per vomitare<sup>19</sup>. Attento! Per di più per qualche assurdo motivo qualcuno ne sembra divertito<sup>20</sup>. Qualcun'altro cammina barcollando<sup>21</sup> ma... **Petan**. Non si regge in piedi e finisce a gambe all'aria. C'è da preoccuparsi. Qualcuno che comincia ad strofinarsi il volto con le mani. **Goshigoshi**. Cosa crede di essere? Un orsetto lavatore? Mentre aspetti il tuo turno al bagno dall'altra parte senti: "**oeppu, uē**". Mi sa che qualcuno non si sente bene.

Tornando a casa, sei ancora un pò alticcio e cammini barcollando<sup>22</sup>. Poi a fatica<sup>23</sup>, finalmente, arrivi a destinazione sano e salvo. "**Hotto**" tiri un sospiro di sollievo. All'improvviso<sup>24</sup> alzi lo sguardo e... tua moglie ha un'espressione decisamente imbronciata<sup>25</sup>. È il panico<sup>26</sup>! Che scusa ti inventerai adesso? "Dunque, oggi c'era la festa d'addio di... e..." "Ma davvero<sup>27</sup>?! Allora non avevi proprio scelta". Ma prima che lei ti faccia la predica<sup>28</sup> fuggi in bagno. Lo sai che dopo aver bevuto non è una bella idea immergersi nell'acqua bollente ma decidi di fare comunque una cosa veloce<sup>29</sup>.

**Jabujabu**. Ti immergi nella vasca e la domanda ti sorge spontanea<sup>30</sup>. Ma l'espressione "scialacquare i soldi" deriverà forse dal bagno? Che dici? Dopo dai un'occhiata veloce<sup>31</sup> su internet per controllare?

Ammetti che adesso vorresti aprire una birra. **Pusshū**. Ma questa volta è meglio trattenersi<sup>32</sup>. Guardi un telefilm per rilassarti<sup>33</sup> un pò e a seguire il telegiornale. Così

---

<sup>18</sup> Nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo tekateka*.

<sup>19</sup> Nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo gennari*.

<sup>20</sup> Nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo huyahuya*.

<sup>21</sup> A specificare il modo in cui cammina nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo furafura*.

<sup>22</sup> A specificare il modo in cui cammina nel testo originale viene usato il *gitaigo furafura*.

<sup>23</sup> A specificare il modo in cui cammina nel testo originale viene usato il *gitaigo herohero*.

<sup>24</sup> Nel testo originale viene usato il *gitaigo futto*.

<sup>25</sup> Ad indicare l'espressione del volto nel testo originale viene utilizzato il *gitaigo musutto*.

<sup>26</sup> Ad indicare lo shock nel testo originale viene usato il *gitaigo giku*.

<sup>27</sup> Nel testo originale viene usato il *giongo hē* come esclamazione di stupore.

<sup>28</sup> Nel testo originale viene usato il *gitaigo gamigami*.

<sup>29</sup> Nel testo originale viene usato il *gitaigo chira*.

<sup>30</sup> Nel testo originale viene usato il *gitaigo futto*.

<sup>31</sup> Nel testo originale viene usato il *gitaigo saku*.

<sup>32</sup> Nel testo originale viene usato il *gitaigo gu*.

<sup>33</sup> Il verbo rilassarsi nel testo originale viene sostituito dal *gitaigo ururu*.

però finisci per innervosirti<sup>34</sup>. Meglio andare a letto. *Gosogoso* frusciano le coperte mentre ti ci infili sotto. "*Fā*". Ti stiracchi e sei pronto per dormire. Nel buio completo. Nel dormi veglia senti fastidio e ti gratti<sup>35</sup>. "*Munyamunya*" mugugni nel sonno. "*Guō*" e russi pure! Poi finalmente il silenzio e ti addormenti profondamente<sup>36</sup>. Fino all'indomani quando la sveglia suonerà di nuovo..." (Ono, 2007, p.115-117) (traduzione a cura dell'autore)

Il motivo per cui sono rimasta colpita da questo brano è stata la capacità dell'autore di riassumere una giornata intera utilizzando per lo più ideofoni (i termini in grassetto). Purtroppo però, nella traduzione molti di essi vengono persi in quanto nella lingua italiana non hanno un uso frequente come in giapponese. Si potrebbe addirittura affermare che i giapponesi siano circondati dagli ideofoni, essendo immersi in questo mondo sin da bambini. Infatti, mentre la mia traduzione può risultare alquanto esotica per un madrelingua italiano, il testo in giapponese non viene sentito per nulla estraneo da un parlante nativo. Mi è sorto dunque spontaneo chiedermi come fosse possibile che i giapponesi utilizzino questa categoria lessicale con così tanta frequenza. Ovviamente perché nella lingua giapponese gli ideofoni si sono sviluppati come una categoria lessicale assestante, come potrebbe essere quella dei verbi o dei nomi. Essendo quindi, non un termine speciale, come invece percepirei io in quanto poco ricorrente nella mia lingua madre, l'italiano, ma una semplice parola d'uso comune, non risulta affatto strana la sua onnipresenza nel linguaggio quotidiano.

Tuttavia, non riuscendo a fare a meno di percepire gli ideofoni come in qualche modo parte di una categoria differente rispetto alle altre, ho deciso di indagare più approfonditamente se esistesse un loro uso particolare o unico e se quest'uso avesse una qualche influenza nel suo ambito d'appartenenza. Per fare questo ho dovuto

---

<sup>34</sup> Il verbo innervosirsi nel testo originale viene sostituito dal *gitaigo mukamuka*.

<sup>35</sup> Il verbo grattarsi viene enfatizzato dal *gitaigo boribori*.

<sup>36</sup> Nel testo originale viene usato il *gitaigo suyasuya*.

circoscrivere la ricerca all'interno di un singolo dominio: quello pubblicitario. Da qui ho costruito l'attuale struttura della tesi, che è divisa principalmente in due parti.

Una prima parte più di carattere generale, utile per comprendere cosa siano gli ideofoni, non solo in italiano e in giapponese ma anche in altre lingue, e per avere più affabilità con i termini giapponesi più ricorrenti all'interno del testo, e una seconda parte focalizzata sugli usi degli ideofoni nella lingua giapponese, appunto in ambito pubblicitario.

Nella prima parte, dopo aver dato una prima definizione di ideofono in italiano e in altre lingue (ewe, woilatta e inglese), verranno analizzate più in dettaglio la struttura fonotattica e le caratteristiche morfofonologiche degli ideofoni nella lingua giapponese, con una breve parentesi anche riguardo al loro sviluppo storico.

Nella seconda parte, invece, si cercherà di individuare una possibile particolarità nell'uso degli ideofoni nella lingua giapponese. Si spiegheranno innanzitutto i loro usi all'interno delle pubblicità televisive, mettendoli a confronto con quelli di altre categorie lessicali, e successivamente, si esporranno i loro usi sulle confezioni di alimenti come merendine, bibite o snack venduti nei *convenience store* giapponesi. Infine, attraverso un sondaggio a cui hanno gentilmente risposto ventiquattro aziende produttrici dei suddetti alimenti, si cercherà di chiarire se ci siano o meno particolari motivazioni che le hanno spinte ad utilizzarli, e nel caso ci siano se esse siano collegate agli effetti (positivi o negativi) sulle vendite dei prodotti in questione.

## PARTE PRIMA

### **Gli ideofoni e gli ideofoni nella lingua giapponese: caratteristiche e problematiche.**

#### **Introduzione**

Al mondo sono molte le lingue in cui vengono utilizzati gli ideofoni. Dalle lingue più diffuse e conosciute come l'inglese, l'italiano, il francese, il tedesco, il giapponese ecc. a quelle parlate solo in alcuni piccoli territori africani come il mundang (Adamawa), il ciluba, il sotho, il tetela, lo tswana, l'hausa (Chadic), lo kxoe (Khoisan), l'ewe (Kwa), il wolaitta (Omotic), il gbeya/gbaya e il sango (Ubangian) ecc. (Voeltz e Kilian-Hatz, 2001, p.4). Tuttavia gli ideofoni (ideo = idea, fono = suono), definiti termini caratterizzati da una corrispondenza tra suono e significato (Hasegawa, 2015, p.71), presentano caratteristiche proprie della lingua in cui vengono utilizzati. Nella lingua italiana fanno parte della loro categoria tutti quei termini che cadono sotto la definizione di onomatopea (dalla variante antica *onomatopia*, dal latino tardo *onomatopoeia* e dal greco *onomatopoiía*) (De Mauro, 1999, p.61), quindi tutti quei termini che rimandano ad un suono, come il verso degli animali o il rumore dei tuoni e delle cascate. In questo capitolo, dopo aver dato uno sguardo generale e più ampio alla definizione di ideofono, ci si soffermerà in particolar modo sulla lingua giapponese, esponendo le loro caratteristiche e le problematiche linguistiche del termine giapponese utilizzato per indicarli: *onomatope*.

## Capitolo uno

### Gli ideofoni

#### 1.1 Gli ideofoni nelle lingue del mondo

Gli ideofoni, come detto sopra, si trovano in un gran numero di lingue. In questo paragrafo innanzitutto si analizzerà questa categoria all'interno della lingua italiana, successivamente in due lingue africane tra quelle sopra citate, l'ewe e il wolaitta ed infine, si darà un breve sguardo alla lingua inglese, prima di passare al successivo paragrafo in cui si tratterà con maggior dettaglio degli ideofoni nella lingua giapponese. In italiano, fanno parte della categoria degli ideofoni solo ed esclusivamente quei termini comunemente definiti "onomatopea". Nel dizionario "Lo Zingarelli" (2009, p. 1214) alla voce "onomatopea" è scritto:

“Formazione di parole che riproducono o suggeriscono rumori e suoni naturali. *“Nei campi / c'è un breve gre gre di ranelle”*(PASCOLI).

Parola o gruppo di parole il suono delle quali richiama il loro significato. *“Il tuo trillo sembra la brina / che sgrigiola, il vetro che incrina”*(PASCOLI).”

Innanzitutto, vorrei sottolineare gli esempi utilizzati nel testo: il verso delle rane “gre gre”, il termine “trillo” e i verbi “sgrigiola” e “incrina”. Solo con questi tre esempi è possibile comprendere che nella lingua italiana gli ideofoni non si limitano a quel gruppo di vocaboli rappresentanti un suono o il verso di un animale, parole come quelle che si possono leggere nei fumetti (*splash, bang, bam* ecc.), ma che anche nomi o verbi che rimandano ad un suono (“scrosciare”, “rullo di tamburi”, “sviolinare” ecc.) fanno parte di questa categoria. Questa doppia valenza delle onomatopee è riscontrabile anche in altri testi, in cui le onomatopee vengono definite come imitazioni di suoni e rumori come *toc-toc* o *bip*, e come imitazioni di suoni e rumori con inserimento nella struttura

fono-morfologica dell'italiano come “miagolare”, “abbaiare”, “ronzio”ecc (Bonomi, Marsini, Morgana e Piotti, 2012, p.144). Tuttavia, in ambito linguistico il termine onomatopea è definito come segue:

“La composizione di parole (gr. *Onomatopoiía*) che riproducono suoni, rumori, voci di animali e li trascrivono, secondo regole fonologiche e grafemiche delle singole lingue. [...] Ogni lingua lessicalizza diversamente le onomatopee per lo stesso referente.

L'italiano *chicchirichì* è il francese *cocorico*, il tedesco *kikeriki*, l'inglese *cock-a-doodle-doo*, e un inglese non può interpretare come 'canto del gallo' la nostra o.”  
(Beccaria, 2004, p. 550-551)

Vorrei soffermarmi sul concetto secondo cui un inglese non può interpretare come "canto del gallo" la nostra onomatopea *chicchirichì*. Questo indica che gli ideofoni, nonostante rappresentino lo stesso suono, sono percepiti diversamente da ogni individuo e questo è applicabile ad ogni lingua. Quindi si presenta la possibilità che non solo siano percepiti diversamente ma che abbiano anche funzioni grammaticali differenti. Da questo punto di vista, in italiano si può dire che gli ideofoni possono assumere la funzione di verbi come “ridere” o “cinguettare”, di nomi come "pianto" o "scroscio", o di avverbi come le semplici onomatopee che si trovano nei fumetti.

Tuttavia, in altre lingue, come per esempio nell'ewe, a seconda del discorso l'ideofono (definito dai parlanti con il termine "parola immagine") può assumere funzione di verbo, avverbio o aggettivo (Voeltz e Kilian-Hatz, 2001, p. 32). Gran parte del lessico della lingua ewe è composto da ideofoni e ciò avviene perchè questa "lingua è estremamente ricca di mezzi per tradurre un'impressione in un suono. Questa ricchezza nasce dal desiderio irrefrenabile di imitare e di descrivere attraverso uno o più suoni ogni cosa visibile o udibile, o comunque una qualsiasi impressione ricevuta" (Voeltz e Kilian-

Hatz, 2001, p. 29-30). Tra le loro caratteristiche più interessanti (e oserei dire completamente estranee agli ideofoni dell'italiano) mi piacerebbe sottolinearne due. In primis, dai parlanti vengono considerati ideofoni anche ringhiare e ansimare. In secundis, il registro tonale degli ideofoni può essere diversificato per indicare un diverso tipo di significato. Un tono o un registro alto indica qualcosa di piacevole dolce o piccolo, mentre un tono o un registro basso indica qualcosa di brutto, poco piacevole o di grandi dimensioni. Per esempio, in ewe la parola *kūū* "puzza" detta con un tono basso indica un semplice cattivo odore. Tuttavia, se detto con un registro estremamente basso, il cattivo odore è terribilmente cattivo (Voeltz e Kilian-Hatz, 2001, p. 30). Da sottolineare anche che nell'ewe gli ideofoni vengono utilizzati in diverse tipologie di discorso, dal colloquiale, al narrativo, fino ad essere utilizzati anche in televisione o in radio (Voeltz e Kilian-Hatz, 2001, p. 33).

Diversamente, in altre lingue africane, come il wolaitta, gli ideofoni non sono sempre così apprezzati. Tanto che i parlanti nativi si suddividono in chi ama utilizzarli e chi invece si rifiuta categoricamente di farlo. Ad ogni modo, in questa lingua, una delle principali particolarità degli ideofoni sta nel fatto che seguono regole di costruzione molto rigide. Essi vengono suddivisi in Gruppo I e Gruppo II, sulla base della loro forma fonologica e delle loro funzioni sintattiche. (Voeltz e Kilian-Hatz, 2001, p. 49). Il Gruppo I è caratterizzato dalla ripetizione delle sillabe che compongono l'ideofono e può essere completa o parziale. In entrambi i casi la base dell'ideofono può avere due strutture: CVVC e CVCC. Inoltre tra la consonante finale della base e la consonante iniziale del raddoppiamento è sempre presente una *-i* intermedia e in ultima posizione è sempre presente una *-a* conclusiva. In realtà nel wolaitta tutte le parole facenti parte di una categoria grammaticale non verbale, terminano in *-e*, *-o* oppure *-a*, tuttavia gli

ideofoni del Gruppo I terminano esclusivamente in *-a* (Voeltz e Kilian-Hatz, 2001, p. 50). Di seguito alcuni esempi.

Ideofoni del Gruppo I con raddoppiamento completo a struttura  $C_1VVC_2 + i + C_1VVC_2 + a$ :

*liifiliifa* "sottile, piatto" composto da *liif + i + liif + a*

*lookiloóka* "lungo, magro" composto da *look + i + look + a*

(Voeltz e Kilian-Hatz, 2001, p. 50)

Ideofoni del Gruppo I con raddoppiamento completo a struttura  $C_1VC_2C_2 + i + C_1VC_2C_2 + a$  (di cui è possibile trovare anche la struttura  $C_1VC_2C_3 + i + C_1VC_2C_3 + a$ ):

*k'ap'p'ik'ap'p'a* "veloce e ambizioso ma non pratico" composto da *k'ap'p' + i + k'ap'p' + a*

*puskipúska* "agile" composto da *pusk + i + púska + a*

Se la ripetizione è parziale la struttura prevede la ripetizione di VC finale per gli ideofoni con base CVVC o di CV iniziale per gli ideofoni con base CVCC.

Nel primo caso la base deve essere necessariamente mono o bisillabica e a seconda dei casi possono esserci delle geminazioni consonantiche o delle ripetizioni vocaliche. Di seguito le quattro tipologie di strutture possibili e i rispettivi esempi.

Struttura  $C_1V_iC_2(C_3)V_iC_4 + V_iV_i + C_4 + a$ :

Esempio: *k'imbiríra* "silenzioso e riservato, educato"

Struttura  $C_1V_iC_2C_3 + V_iV_i + C_3 + a$

Esempio: *wurk'uúk'a* "estremamente sudicio, sporco"

Struttura  $C_1V_iC_2 + V_i + C_2C_2 + a$

Esempio: *gafáffa* "lento e malato"

Struttura  $C_1V_iC_2C_3 + V_i + C_3C_3 + a$

Esempio: *t'orsóssa* "una persona davvero lenta"

Nel secondo caso invece la struttura risulta come segue:  $C_1 + V_iV_i + C_1V_iV_iC_2 + (V_2)$

Esempio: *gaagaáno* "molto grande"

(Voeltz e Kilian-Hatz, 2001, p. 51-52-53)

Tutti questi ideofoni fanno parte della categoria grammaticale degli aggettivi descrittivi o qualificativi. Diversamente, gli ideofoni del Gruppo II fanno parte della categoria dei verbi e la loro struttura è molto più semplice: di regola l'ideofono del Gruppo II termina sempre o in *-u* o in *-i* e può essere o meno caratterizzato dal raddoppiamento di VC.

Inoltre occorrono sempre con i verbi "dire" (intransitivo) *g-* e "fare" (transitivo) *oott-*.

Di seguito alcuni esempi di ideofoni del Gruppo II con raddoppiamento a struttura

$C_1V_iC_2 + V_i + C_2 + u/i$ :

*kúruúru g-* "muovere, un bambino piccolo, o come insulto per un adulto basso"

*tólólu g-* "perdere le staffe, arrabbiarsi"

Di seguito alcuni esempi di ideofoni del Gruppo II senza raddoppiamento:

*zírt'i g-* "stare in allerta"

*kírk'i g-* "rifiutare completamente"

(Voeltz e Kilian-Hatz, 2001, p. 53-54)

Basandosi sulle tre lingue finora analizzate (italiano, ewe e wolaitta) è stato possibile individuare in generale diverse categorie di cui fanno parte gli ideofoni (verbi, avvverbi, aggettivi ecc.) Ciò dimostra che appunto ogni lingua ha interiorizzato gli ideofoni in quanto categoria lessicale propria della lingua stessa, nonostante rappresentino in realtà lo stesso suono.

Inoltre si può notare che così come ci sono lingue in cui non esiste un termine specifico per indicare gli ideofoni, come nel caso della lingua *ewe*, così in altre, come l'inglese, è possibile ritrovare addirittura quattro differenti termini a seconda della zona di riferimento. Il termine generico è "sound-symbolic word" (parole suono-simboliche), tuttavia in riferimento alle lingue asiatiche come il giapponese o il coreano viene utilizzata la parola "mimetics" (mimetici), in riferimento alle lingue del sud est asiatico "expressives" (espressivi) ed in riferimento alle lingue native americane o africane "ideophones" (ideofoni) (Kimi, 2009, p.10). Per definizione, "le 'parole suono-simboliche' sono quelle il cui suono sembra collegato ad un oggetto del mondo reale. E questo collegamento prende la forma nell'onomatopea, in cui il suono originato da una fonte animata o inanimata è prodotto più o meno accuratamente dagli organi articolatori dell'uomo" (Brown, 2006, p.531). Inoltre, la maggior parte degli ideofoni sono caratterizzati dal raddoppiamento che può essere di tre differenti tipi:

1. parole basate su combinazioni ritmiche come *bow-wow (bau bau)* o *hubble-bubble* (chiasso)
2. parole con una semplice ripetizione come *chuff-chuff* o *puff-puff*
3. parole con l'alternarsi di vocale come *ding-dong* o *tick-tock*

(Brown, 2006, p.531)

È chiaro quindi che le "parole suono-simboliche" non differiscono molto da ciò che in italiano definiamo ideofoni, considerando che proprio da prestiti inglesi derivano molti ideofoni italiani (*splash, bang, boom* ecc.). Tanto che, nella letteratura linguistica in lingua italiana, per indicare le "parole suono-simboliche" si è imposto il termine "ideofono", che viene generalmente applicato a qualsiasi lingua.

Tuttavia, nella lingua giapponese gli ideofoni sono molto più numerosi, complessi e articolati rispetto alle lingue analizzate fino adesso. Nei successivi paragrafi e di seguito nei successivi capitoli di questa prima parte, si analizzeranno più in dettaglio.

## 1.2 Gli ideofoni nella lingua giapponese

Il termine giapponese per indicare quello che in italiano viene categorizzato sotto il concetto di "ideofono" è *onomatope*. Il risultato della ricerca del termine nel sito JapanKnowledge<sup>37</sup> mostra la seguente definizione tratta dal "Grande dizionario di Giapponese" (2002):

『擬声語および擬態語。擬音語。オノマトペア』

“*Giseigo* o *Gitaigo*. *Giongo*. *Onomatopea*.”

I *giseigo*, definibili come gli ideofoni dell'italiano, sono parole che rappresentano sia voci e suoni prodotti dall'uomo come una risata, un pianto, uno sputo o un applauso, sia suoni prodotti dai fenomeni naturali e dagli animali (Amanuma, 1974, p.7-8). Per esempio il rumore dei tuoni, lo scrosciare di un fiume, il nitrare del cavallo, lo starnazzare delle anatre ecc. Di seguito alcuni esempi:

*Nyanya* 「ニャニャ」 corrisponde all'italiano *miao miao*

*Wanwan* 「ワンワン」 *bau bau*

*Basha* 「バシヤ」 *splash*

I *gitaigo*, forse gli ideofoni più difficili da comprendere per uno straniero, sono termini non strettamente collegati ad un suono udibile, ma rappresentano una situazione o uno stato fisico. Gli esempi proposti dal "Grande dizionario di Giapponese" sono i seguenti:

*Sowasowa* 「そわそわ」 indica uno stato di nervosismo ed agitazione;

*Guzuguzu* 「ぐずぐず」 è un concetto che esprime lentezza o esitazione;

---

<sup>37</sup> <http://japanknowledge.com/> visualizzato il 22/04/2015.

*Niyari* 「にやり」 ghignare o ridere sotto i baffi.

Da questi esempi è chiaro che i *gitaigo*, diversamente dai *giseigo*, che rappresentano fedelmente ed in modo diretto i suoni della natura, sono definibili ideofoni simbolici, legati ad una condizione fisica o ad un sentimento. Sono termini che indicano suoni rappresentativi, immaginari dati da uno stato o da una situazione fisica, data a sua volta dagli sviluppi, dai mutamenti e dai movimenti degli elementi della natura, di esseri viventi, compresi gli esseri umani e non.

I *giongo*, infine, sono definiti termini che rappresentano suoni e voci del mondo naturale, ugualmente ai *giseigo*, tanto da essere spesso intesi come sinonimi. Per tale motivo da questo momento quando si parlerà di *giongo* si parlerà anche di *giseigo* e viceversa.

Nonostante ciò, resta comunque la complessità del termine giapponese *onomatope*, che risulta dunque essere definito come *giongo* e *gitaigo*. E questo indica che non sono solo termini che rappresentano o rimandano ad un suono udibile, ma anche ad un suono ipotetico prodotto da un movimento, un'azione od uno stato fisico. Il termine in italiano che a questo punto risulta essere più vicino alla definizione di *onomatope* è ideofono.

Tuttavia non essendo una definizione esaustiva diventa necessario rintracciarne una più approfondita dei due termini *giongo* e *gitaigo*. Ono Masahiro nel "Dizionario sugli ideofoni della lingua giapponese" (2007) definisce i *giongo* parole che rappresentano suoni o voci e i *gitaigo* parole che rappresentano rumori e suoni relativi ad azioni o ad atteggiamenti che non producono effettivamente alcun suono. In altre parole, gli ideofoni nella lingua giapponese possono indicare sia suoni udibili prodotti dagli esseri viventi, dagli elementi della natura o da oggetti artificiali (la voce umana, i versi degli animali, lo scrosciare della pioggia, una tazza che cade e si rompe ecc.) sia suoni non udibili, idealmente prodotti da stati o movimenti fisici. Gli esempi di *gitaigo* portati da Ono Masahiro sono i seguenti:

*Kira kira* 「キラキラ」 indica uno stato di luminosità come può essere quello di una stella

*Pika pika* 「ピカピカ」 rappresenta la brillantezza, ad esempio di un vetro o di uno specchio pulito

Le stelle brillano ma di certo non è possibile udire il suono *kira kira* provenire dal cielo di notte. E quando viene pulito un vetro quest'ultimo è brillante ma sicuramente non produce alcun suono.

In breve, il termine giapponese *onomatope* è utilizzato con il significato sia di *giseigo* o *giongo* (termini che indicano suoni e voci prodotti dalla natura e udibili dall'essere umano, come il cinguettio degli uccelli o le onde del mare) che di *gitaigo* (parole che rappresentano astrattamente il suono, non realmente esistente o udibile, di una situazione esterna).

Nell'"Enciclopedia di ricerca sulla linguistica giapponese" (2007, p.145-146) si afferma che la caratteristica principale di *giongo* (*giseigo*) e *gitaigo* sta nel rapporto diretto tra il suono del termine e il suo significato, diversamente da una qualsiasi altra parola. Dunque, come si è detto in precedenza, sono entrambi definibili ideofoni. Per comprendere meglio si prenda l'esempio dell'italiano "miao". Esso indica il miagolio del gatto il cui suono è esattamente percepito da una parlante madrelingua italiano "miao". Quindi il suono dell'onomatopea "miao" è strettamente legato al suo significato, il miagolio del gatto.

Diversamente, se si considera l'esempio di una qualsiasi altra parola, come potrebbe essere "casa" non si ha una così stretta vicinanza tra suono e significato. "Casa" in italiano indica un'abitazione, un luogo dove si ha il domicilio o la residenza, ma il suono "casa" di per se potrebbe non avere alcun significato. "Per questo motivo gli ideofoni fanno più ricorso al sentimento che alla ragione e hanno una capacità rappresentativa estremamente realistica" (Ibidem).

Tuttavia, in giapponese, i *giongo* (*giseigo*) e i *gitaigo* vengono chiaramente distinti da un punto di vista lessicale. Di conseguenza, sulla base del fatto che i *giseigo* sono termini che indicano suoni e voci prodotti dalla natura e udibili dall'essere umano e che i *gitaigo* sono parole che rappresentano astrattamente un suono, non realmente esistente o udibile, dato da una situazione esterna, i due termini si possono distinguere sulla base dell'intensità del rapporto diretto tra il suono del termine ed il suo significato. Ovvero il rapporto tra il suono di un *giseigo* e il suo significato è più forte e quindi più diretto rispetto al rapporto tra il suono di un *gitaigo* e il suo significato. "Anzi è addirittura possibile affermare che non ci sia alcun rapporto diretto tra il suono di un *gitaigo* ed il suo significato, proprio perché i *gitaigo* esprimono sottoforma di suono una situazione o uno stato fisico che in realtà non produce alcun suono. Sono molto più simili ad una normale parola che non ad un *giseigo*, nonostante siano entrambi definibili con il termine giapponese *onomatope*" (Ibidem).

Il fatto che questo termine, *onomatope* 「オノマトペ」, sia scritto in *katakana*<sup>38</sup> fa intuire che la parola potrebbe essere di origine straniera. Essa infatti viene adottata dal francese "onomatopée" che a sua volta deriva dal greco antico *onomatopīa*, il cui significato è "nominare", "coniare un termine", "creare una parola" (Tokui, 2007). Tokui nota che nel francese non vi sono termini riconducibili ai *gitaigo* giapponesi. Questo per sottolineare che, a prescindere dalla derivazione francese, il termine giapponese *onomatope* è semplicemente un'adozione da un'altra lingua, ma il cui significato rimanda sempre e comunque sia ai *giongo* sia ai *gitaigo*.

Verrebbe a questo punto spontaneo chiedersi per quale motivo sia stato deciso di

---

<sup>38</sup> In giapponese vi sono tre tipi di scrittura *hiragana* (alfabeto sillabico nato in periodo Heian come scrittura elegante e femminile), *katakana* (alfabeto sillabico nato precedentemente dall'*hiragana*, dato dalla semplificazione dei *kanji* e tutt'oggi utilizzato per trascrivere le parole straniere importate nella lingua o per enfatizzare alcune espressioni) e *kanji* (ideogrammi importati dalla Cina).

adottare un termine straniero nonostante vi fossero già i termini per indicare gli ideofoni. Semplicemente perché usare la parola generica *onomatope*, anziché le varie classificazioni *giseigo*, *giongo*, o *gitaigo* è più comodo (Ono, 2007). Può spesso accadere di non essere certi, a seconda del contesto, che l'ideofono utilizzato sia un *giongo*, o un *gitaigo*. È possibile che lo stesso ideofono venga inteso ed utilizzato da un parlante come *giongo*, ma da un altro parlante come *gitaigo*. Altri presentano la stessa forma nonostante siano uno un *giongo*, l'altro un *gitaigo* (Amanuma, 1974, p. 7-8).

Un chiaro esempio è quello portato da Ono Masahiro riguardante l'ideofono *gōgō*. Innanzitutto quest'ideofono riproduce il suono dello scorrere di un ruscello. Si potrebbe quindi definire sotto la categoria dei *giongo*. Tuttavia, questo avviene solo nel caso mi trovassi abbastanza vicino da poterne udire il suono. Nel caso in cui invece fossi troppo lontano per udirne il rumore ma abbastanza vicino da poter intravedere l'acqua che scorre, nonostante non sia possibile udire il suono effettivo *gōgō* si proverebbe comunque la sensazione *gōgō* dello scorrere dell'acqua.

Quindi per semplicità, nelle situazioni in cui non sia possibile definire un ideofono in base alla sua categoria, la si definisce *onomatope*.

### 1.3 Primi utilizzi degli ideofoni nella lingua giapponese nei testi scritti

Secondo Tokui Sotoaki l'ideofono più antico è *kōrokōro*, trovato all'interno del *Kojiki*. Il *Kojiki* 古事記 (lett. Vecchie cose scritte) è il primo testo di narrativa giapponese pervenutoci. Risale al 712, compilato da un nobile di corte, Ōno Yasumaro 犬安万侶 e narra la storia del Giappone dalle origini al 628 (Bienati, Boscaro, 2010, p.9). Ed è proprio all'inizio di questo testo che viene utilizzato, per così dire, il primo ideofono. Esso dovrebbe rappresentare il suono prodotto dalle due divinità creatrici, Izanami e

Izanagi, nel momento in cui spargono caoticamente le rocce sul Giappone (Tokui, 2007, p.65). E secondo lo stesso Tokui, nel testo originale l'ideofono *kōrokōro* è scritto con i seguenti caratteri 「許袁呂許袁呂」 ovvero in *man'yōgana*. Il *man'yōgana* è un particolare tipo di scrittura. Consiste infatti nello scrivere un testo in giapponese utilizzando i caratteri cinesi, considerati esclusivamente per la loro lettura, senza alcun riferimento al significato proprio dell'ideogramma. In questo modo i caratteri possono essere utilizzati anche più liberamente.

A questo proposito, un altro scrittore, Ono Masahiro, si chiede per quale ragione gli ideofoni venissero scritti in *man'yōgana*, nonostante la scrittura più diffusa all'epoca fosse quella in *kanbun*<sup>39</sup>. Per comprenderne le ragioni è necessario innanzitutto spiegare i due principali motivi per cui il *Kojiki* è stato scritto in un particolare *kanbun*, dato dall'unione di *man'yōgana* e *kango*<sup>40</sup>.

1. scrivere tutto il *Kojiki* in *man'yōgana* l'avrebbe reso eccessivamente lungo (Ono, 2007, p.148)
2. scrivere tutto il *Kojiki* in *kanbun* avrebbe reso il testo privo di emozioni per il lettore, in quanto questo tipo di scrittura prevede l'utilizzo di ideogrammi cinesi. Per tale motivo scrivere l'intero testo in *kanbun* avrebbe significato, in un certo qual modo, scrivere la storia del proprio Paese in un'altra lingua e non avrebbe permesso all'autore di trasmettere appropriatamente i propri sentimenti al lettore (Ivi.....p.151)

Perciò il *Kojiki* è stato realizzato unendo ad una base di *kanbun* un pizzico di *man'yōgana* nei punti importanti, ovvero nelle poesie, nei nomi delle divinità e nei nomi propri dei personaggi e dei luoghi. Tutti termini che non possono assolutamente essere scritti errati nel testo (Ivi.....p.155-157).

---

<sup>39</sup> Testo cinese letto in *kun*, ossia in giapponese. (Tollini, 1999-2000)

<sup>40</sup> Parola giapponese di origine cinese.

A questo punto Ono Masahiro apre la questione sul perché gli ideofoni venissero scritti in *man'yōgana*. "Rispondendo per logica" scrive "quando essi furono trascritti nel *Kojiki* erano ritenuti parte di questa élite di parole importanti" (Ivi.....p.157).

Gli ideofoni sono stati probabilmente scritti in questo modo fino all'introduzione di *hiragana* e *katakana* avvenuta nel periodo Heian (794-1185). Grazie a questo nuovo tipo di scrittura, infatti, divenne molto più semplice esprimersi liberamente, diversamente dal periodo precedente. Fino alla fine del periodo Nara, gli ideogrammi venivano utilizzati considerando "forma", "significato" e "suono" ma con questo nuovo tipo di scrittura, in cui si considera solo il "suono", divenne possibile scrivere qualsiasi parola senza fissarsi sui precedenti rapporti tra le tre componenti dei *kanji*. Di conseguenza divenne possibile esprimersi più liberamente (Ibidem.....p.184-186).

Successivamente, tramite un processo di semplificazione dei caratteri, gli ideofoni iniziarono ad essere trascritti in *kana*<sup>41</sup>. Questo ne permise anche una più elevata diffusione all'interno dei testi scritti, tanto che si afferma che nel *Genji monogatari* (lett. Storia di Genji)<sup>42</sup> siano stati utilizzati più di 73 diversi ideofoni solo riferiti al pianto, da unire ad altri 313 ideofoni utilizzati in tutto il testo (Ono, 2007, p.190). In pratica, dal momento in cui divenne possibile scrivere più liberamente e quindi esprimere più facilmente i propri sentimenti e le proprie emozioni, gli ideofoni ebbero un vero e proprio boom nella lingua scritta. Fino a raggiungere i giorni nostri, in cui hanno i più svariati utilizzi (*manga*, giornali, riviste, confezioni di patatine e biscotti ecc.).

---

<sup>41</sup> *Hiragana e katakana*

<sup>42</sup> Opera terminata nel 1008 dall'autrice Murasaki Shikibu 紫式部, al culmine del periodo d'oro della narrativa d'epoca Heian. "Lo si può leggere come un racconto di intrighi e di amori, una dettagliata descrizione della vita di corte nella capitale negli anni attorno al 1000, un susseguirsi di riti e cerimonie fastose [...] la rivalità tra le varie consorti dell'imperatore, appartenenti a famiglie diverse e non ultimo - in fase psicanalitica - il cosiddetto "complesso di Genji", per cui le sue scelte amorose sono il riflesso del ricordo della madre perduta" (Bienati, Boscaro, 2010, p.68)

## Capitolo due

### La scrittura: la struttura fonotattica degli ideofoni nella lingua giapponese

Poiché la struttura fonotattica degli ideofoni fa riferimento principalmente al loro aspetto grafemico, è necessario aprire una breve parentesi riguardo alla scrittura della lingua giapponese stessa.

Innanzitutto il sistema di scrittura della lingua giapponese è composto da due alfabeti sillabici, *hiragana* e *katakana*, e dai *kanji*, i caratteri cinesi introdotti in Giappone dal V secolo. Lo *hiragana* e il *katakana*, in realtà presentano le stesse combinazioni sillabiche, ovvero sono graficamente diversi tra loro, ma foneticamente identici, come mostra la tabella sottostante.

Rōmaji<sup>43</sup>    *Hiragana*    *Katakana*

a	i	u	e	o	(-ya)	(-yu)	(-yo)
あ ア	い イ	う ウ	え エ	お オ	__や__ヤ	__ゆ__ユ	__よ__ヨ
Ka	Ki	Ku	Ke	Ko	Kya	Kyu	Kyo
か カ	き キ	く ク	け ケ	こ コ	きゃ キヤ	きゅ キュ	きょ キョ
Ga	Gi	Gu	Ge	Go	Gya	Gyu	Gyo
が ガ	ぎ ギ	ぐ グ	げ ゲ	ご ゴ	ぎゃ ギヤ	ぎゅ ギュ	ぎょ ギョ
Sa	Shi(Si)	Su	Se	So	Sha(Sya)	Shu(Syu)	Sho(Syo)
さ サ	し シ	す ス	せ セ	そ ソ	しゃ シヤ	しゅ シュ	しょ ショ
Za	Ji(Zi)	Zu	Ze	Zo	Ja(Zya)	Ju(Zyu)	Jo(Zyo)
ざ ザ	じ ジ	ず ズ	ぜ ゼ	ぞ ゾ	じゃ ジャ	じゅ ジュ	じょ ジョ
Ta	Chi (Ti)	Tsu(Tu)	Te	To	Cha(Tya)	Chu(Tyu)	Cho(Tyo)
た タ	ち チ	つ ツ	て テ	と ト	ちゃ チャ	ちゅ チュ	ちよ チョ

<sup>43</sup> Lettere latine

Da	(Ji)(Zi,Di)	(Zu)(Du)	De	Do	(Ja)(Dya)	(Ju)(Dyu)	(Jo)(Dyo)
だ ダ	ぢ チ	づ ツ	で デ	ど ド	ぢゃ ぢゃ	ぢゅ ぢゅ	ぢょ ぢょ
Na	Ni	Nu	Ne	No	Nya	Nyu	Nyo
な ナ	に ニ	ぬ ヌ	ね ネ	の ノ	にゃ ニゃ	にゅ ニゅ	にょ ニょ
Ha*	Hi	Fu (Hu)	He*	Ho	Hya	Hyu	Hyo
は ハ	ひ ヒ	ふ フ	へ ヘ	ほ ホ	ひゃ ヒゃ	ひゅ ヒゅ	ひょ ヒょ
Ba	Bi	Bu	Be	Bo	Bya	Byu	Byo
ば バ	び ビ	ぶ ブ	べ ベ	ぼ ボ	びゃ ビゃ	びゅ ビゅ	びょ ビょ
Pa	Pi	Pu	Pe	Po	Pya	Pyu	Pyo
ぱ パ	ぴ ピ	ぷ プ	ぺ ペ	ぽ ポ	ぴゃ ピゃ	ぴゅ ピゅ	ぴょ ピょ
Ma	Mi	Mu	Me	Mo	Mya	Myu	Myo
ま マ	み ミ	む ム	め メ	も モ	みゃ ミゃ	みゅ ミゅ	みょ ミょ
Ya		Yu		Yo			
や ヤ		ゆ ユ		よ ヨ			
Ra	Ri	Ru	Re	Ro	Rya	Ryu	Ryo
ら ラ	り リ	る ル	れ レ	ろ ロ	りゃ リゃ	りゅ リゅ	りょ リょ
Wa				Wo*			
わ ワ				をオ(ワ)			
N	t						
ん ン	っ ツ						

\*Ha, he e wo quando non si trovano all'interno di parola e hanno funzione grammaticale si leggono /wa/, /e/ e /o/.

Yagi, Hiromi (1998). *Comunicare giapponese: corso introduttivo di business Japanese*. Milano: Egea, p.46.

Ogni parola, quindi, è formata dalla combinazione di queste sillabe. Diversamente dall'italiano dove una parola è scomponibile in sillabe e una sillaba è scomponibile in lettere, nel giapponese le parole sono scomponibili in sillabe, o per meglio dire in *kana* (caratteri dell'*hiragana* o del *katakana*) e questi corrispondono all'unità minima

(non necessariamente portatrice di significato) all'interno della parola.

Es.:

In italiano	In giapponese
Mangiare	<i>Taberu</i> たべる (mangiare)
Man-gia-re	<i>Ta-be-ru</i> た・べ・る
M-a-n-g-i-a-r-e	-----

Lo stesso vale per gli ideofoni:

*Wan wan* わんわん (*giongo* corrispondente dell'italiano "bau bau")

*Wa-n-wa-n* わ・ん・わ・ん

Dopo questa breve premessa è possibile iniziare ad analizzare più approfonditamente la struttura degli ideofoni giapponesi.

Gli ideofoni nella lingua giapponese spesso sembrano simili. *Kongari*, *funwari*, *shittori*, *sakutto*, *karatto*, *piritto*<sup>44</sup> ecc. Questo accade perché genericamente, la loro costruzione avviene partendo da un "livello zero", che chiameremo base, a cui vengono accavallati da uno a tre livelli composti da "ri", "n", un piccolo "tsu" o l'allungamento vocalico trascritto in giapponese con il seguente simbolo 「一」. Per comprenderne meglio il funzionamento si analizzi la seguente tabella:

[もと]				もと 段階
一	り	ん	っ	[ I ]
ん	り	っ	一	ん
っ	っ	一	ん	っ
っ	っ	一	ん	っ
一	り	ん	っ	[ III ]

Ono, Masahiro (2007). *Nihongo onomatope jiten* (Dizionario sugli ideofoni della lingua giapponese). Tōkyō: Shōgakukan, p.25.

<sup>44</sup> *Kongari* 「こんがり」 (rosolare) (*gitaigo*), *funwari* 「ふんわり」 (morbido) (*gitaigo*), *shittori* 「しっとり」 (leggermente umido) (*gitaigo*), *sakutto* 「さくっと」 (friabile) (*giongo*), *karatto* 「カラット」 (piccante) (*gitaigo*), *piritto* 「ピリッと」 (leggermente piccante) (*gitaigo*).

Base					Base / Livello
「一」	"ri"	"n"	Piccolo "tsu"		[ I ]
"n" "ri" Piccolo "tsu"	「一」 "n" Piccolo "tsu"	Piccolo "tsu"			[ II ]
Piccolo "tsu" Piccolo "tsu"	Piccolo "tsu" Piccolo "tsu"				[ III ]

L'ultima colonna a destra rappresenta i livelli collegabili alla base. Nel primo livello sono presenti tutte e quattro le combinazioni possibili:

- base + 「一」
- base + "ri"
- base + "n"
- base + piccolo "tsu"

Al primo livello è possibile aggiungerne un secondo solo nei primi tre casi, infatti, come da tabella, a seguire base + piccolo "tsu" non vi è nulla. Di conseguenza le combinazioni realizzabili nel secondo livello sono le seguenti:

- base + 「一」 + "n"
- base + 「一」 + "ri"
- base + 「一」 + piccolo "tsu"
- base + "ri" + 「一」
- base + "ri" + "n"
- base + "ri" + piccolo "tsu"
- base + "n" + piccolo "tsu"

Così come nel primo livello, l'ideofono terminante in piccolo "tsu" non prevedeva un

secondo livello, anche nel secondo livello gli ideofoni terminanti in piccolo "tsu" non ne avranno un terzo. Per questo motivo, nell'ultimo livello le combinazioni possibili sono:

- base + 「一」 + "n" + piccolo "tsu"
- base + 「一」 + "ri" + piccolo "tsu"
- base + "ri" + 「一」 + piccolo "tsu"
- base + "ri" + "n" + piccolo "tsu"

Dall'analisi di questa tabella è facilmente comprensibile che gli ideofoni terminanti in piccolo "tsu" non possono avere un ulteriore sviluppo. Questo avviene perché nel giapponese, dal punto di vista grammaticale, sono considerati avverbi e gli avverbi in generale vengono seguiti dalla particella "ni" 「に」 o "to" 「と」, nel caso degli ideofoni esclusivamente dalla particella "to". A seguire il piccolo "tsu" infatti è la suddetta particella. Anche se in realtà questo non implica che tutti gli ideofoni terminino con un piccolo "tsu", poiché non hanno necessità di raggiungere tutti e tre i livelli per essere completi. Con questo grafico si vuole semplicemente spiegare che gli ideofoni giapponesi seguono rigide regole di formazione e che è possibile raggiungere fino ad un massimo di tre livelli nella loro costruzione<sup>45</sup>.

Tuttavia, la lunghezza di un ideofono non è limitata ai tre o quattro *kana* che lo compongono. Esso infatti a seconda della grandezza della base può essere estremamente lunga, fino a raggiungere sette o otto *kana*. Questo tipo di partizione viene dettagliatamente spiegata nel "Dizionario sugli ideofoni" (Amanuma 1974) come segue:

1. X,Y,Z e W rappresentano un qualsiasi *kana*
2. l'allungamento vocalico 「一」 viene trascritto con i due punti ":"

---

<sup>45</sup> N.B. nella suddetta tabella non vengono tenute in considerazione le onomatopée doppie.

3. il piccolo "tsu" con "t"
4. "ri" con "r"
5. "n" con "n"
6. ATTENZIONE: "ri" e "n" possono trovarsi anche all'interno della base, i cui *kana*, come detto precedentemente, per comodità verranno trascritto con X, Y, Z e W

### **Ideofoni composti da un solo *kana***

Tipo X

Es.: *tto tachiagaru* ツと立ち上がる (alzarsi all'improvviso) (*gitaigo*)

N.B. In questo caso l'ideofono è composto esclusivamente da un piccolo "tsu" di raddoppiamento consonantico accentuando così il movimento indicato dal verbo.

### **Ideofoni composti da due *kana***

Tipo XY

Es.: *chin* チン (suono simile ad un campanellino prodotto una sola volta come il suono del microonde quando ha terminato di scaldare) (*giongo*)

N.B. "n" in questo caso si trova all'interno della base come elemento Y

Tipo Xt

Es.: *su* スッ (il suono prodotto quando l'aria viene aspirata in un piccolo foro come potrebbe essere il suono prodotto quando si aspira velocemente da una cannuccia) (*giongo*)

N.B. Non è possibile trascrivere il piccolo "tsu" che segue l'ideofono in lettere latine in quanto corrisponde al raddoppiamento consonantico dell'elemento che segue. In questo caso non essendo stato inserito il "to" avverbiale la trascrizione risulta solo *su*, tuttavia nell'eventualità l'ideofono fosse seguito dal "to" la trascrizione sarebbe

risultata *sutto*.

Tipo X:

Es.: *fū* フー (il suono di una leggera espirazione con la bocca come quando si espira il fumo di una sigaretta o il suono di quando un'immagine sbiadisce piano) (*giongo* e *gitaigo*)

### **Ideofoni composti da tre kana**

Tipo XYt

Es.: *piri* ピリッ (un breve e conciso suono di fischiello o la sensazione di piccante o il dolore di un istante) (*giongo* e *gitaigo*)

N.B. Anche in questo caso il piccolo "tsu" non trova spazio nella traslitterazione.

Nel caso in cui l'ideofono fosse seguito dal "to" avverbiale si avrebbe *piritto*.

Tipo Xyr

Es.: *chirari* チラリ (può indicare la situazione in cui una fioca luce entra negli occhi) (*gitaigo*)

Tipo XYn

Es.: *gatan* ガタン (il rumore dello scontro tra due oggetti duri o un'improvvisa perdita di forze, di energie del fisico) (*giongo* e *gitaigo*)

Tipo XtX

Es.: *sassa* サッサ (il suono di un movimento veloce) (*gitaigo*)

N.B. Il tipo di movimento viene spiegato dal possibile verbo che seguirebbe l'onomatopea.

Tipo XY:

Es.: *furā* フラー (il suono che potrebbe produrre un foulard o una bandiera al vento)

(*giongo* e *gitaigo*)

Tipo X:Y

Es.: *kōn* コーン (il suono prolungato di due alberi che si scontrano cadendo)

(*giongo*)

Tipo X:t

Es.: *kyū* キューツ (il suono di una forte stretta come un abbraccio o il suono enfatizzato di quando si beve del *sake*<sup>46</sup> alla russa, in un colpo solo) (*gitaigo*)

N.B. Anche in questo caso si ha un piccolo "tsu" non traslitterato. Nel caso in cui l'ideofono fosse seguito dal "to" avverbiale si avrebbe *kyūtto*.

### **Ideofoni composto da quattro kana**

Tipo XYXY

Es.: *iraira* イライラ (infastidirsi, arrabbiarsi) (*gitaigo*)

Tipo XYZY

Es.: *atafuta* アタフタ (non riuscire a calmarsi, affrettarsi) (*gitaigo*)

Tipo XYXZ

Es.: *kinkira* キンキラ (sbrillucciare) (*gitaigo*)

Tipo XYZW

---

<sup>46</sup> Alcolico giapponese prodotto dal riso.

Es.: *katakoto* カタコト (rumore provocato da un oggetto duro che sbatte leggermente contro un altro oggetto altrettanto duro, come il rumore del cacciavite quando di sfila dalla vite) (*giongo*)

Tipo XYrt

Es.: *kururi* クルリッ (attorcigliare o rotolare una volta sola) (*gitaigo*)

N.B. Presenza di un piccolo "tsu" non traslitterato. Nel caso in cui l'ideofono fosse seguito dal "to" avverbiale si avrebbe *kururitto*.

Tipo XYrn

Es.: *kururin* クルリン (attorcigliare o rotolare una volta sola) (*gitaigo*)

N.B. Mentre *kururi* da un senso di velocità nell'azione svolta, *kururin*, nonostante abbia lo stesso significato da più un senso di *consecutio temporum*. Quindi ciò che è stato attorcigliato rimane tale più a lungo.

Tipo XtYZ

Es.: *fukkura* フックラ (paffuto, morbido) (*gitaigo*)

Tipo XtYr

Es.: *bacchiri* バッチリ (perfetto) (*gitaigo*)

Tipo XtYn

Es.: *gotton* ゴットン (rumore di un oggetto pesante che cade producendo un suono sordo) (*giongo*)

Tipo XnYr

Es.: *nonbiri* ノンビリ (fare le cose con calma) (*gitaigo*)

Tipo XY:r

Es.: *torōri* トローリ (indica una faccia dagli occhi assonnati o lo sciogliersi e il filare come quello del formaggio) (*gitaigo*)

Tipo XY:t

Es.: *dorō* ドローツ (indica lo sciogliersi e il filare come quello del formaggio, sinonimo di *torōri*) (*gitaigo*)

N.B. Presenza di un piccolo "tsu" non traslitterato. Nel caso in cui l'ideofono fosse seguito dal "to" avverbiale si avrebbe *dorōtto*.

Tipo XY:n

Es.: *japōn* ジャポーン (corrisponde all'italiano "splash") (*giongo*)

Tipo X:X:

Es.: *kīkī* キーキー (cigolio, stridio come quello dei freni di una macchina o di una bicicletta non lubrificata) (*giongo*)

### **Ideofoni composti da cinque kana**

Tipo XYXYt e XYXYn

Es. XYXYt

*kurukuru* クルクルツ (attorcigliare, arricciarsi) (*gitaigo*)

N.B. Presenza di un piccolo "tsu" non traslitterato. Nel caso in cui l'ideofono fosse seguito dal "to" avverbiale si avrebbe *kurukurutto*.

Es. XYXYn

*kurukurun* クルクルン (attorcigliare, arricciarsi) (*gitaigo*)

N.B. Mentre *kurukuru* da un senso di velocità nell'azione svolta, *kurukurun*, nonostante abbia lo stesso significato da più un senso di *consecutio temporum*.  
Quindi ciò che è stato attorcigliato rimane tale più a lungo.

Tipo XtYXY e X:YXY

Es. XtYXY

*furrafura* フッラフラ (il suono che potrebbe produrre un foulard o una bandiera al vento) (*giongo* e *gitaigo*)

N.B. Diversamente dal precedente *furā* フラー, *furrafura* フッラフラ indica un cambiamento nella forza del vento che fa ondeggiare il foulard o la bandiera.

Es. X:YXY

*pīkapika* ピーカピカ (brillare) (*gitaigo*)

Tipo XtY:n

Es.: *dokkān* ドッカーン (rumore di un oggetto pesante che sbatte o che cade su una superficie dura) (*giongo*)

### **Ideofoni composti da sei kana**

Ideofoni composti da tre *kana* raddoppiati (tipo XYZXYZ, tipo XYrXYr, tipo XYnXYn, tipo XtYXtY e tipo X:YX:Y)

Es. XYZXYZ

*zuikozuiko* ズイコズイコ (il suono che potrebbe essere prodotto nel segare un albero) (*giongo*)

Es. XYrXYr

*furarifurari* フラリフラリ (il suono che potrebbe produrre un foulard o una bandiera al vento) (*giongo* e *gitaigo*)

N.B. Diversamente dai precedenti *furā* フラー e *furrafura* フッラフラ, *furarifurari* フラリフラリ indica il proseguimento dello svolazzare del foulard o della bandiera.

Es. XYnXYn

*beronberon* ベロンベロン (penzolare la lingua) (*gitaigo*)

Es. XtYXtY

*kacchikacchi* カッチカッチ (il rumore prodotto dalle chiavi in una serratura)

(*giongo*)

Es. X:YX:Y

*ūroūro* ウーロウーロ (gironzolare) (*gitaigo*)

Ideofoni composti da tre *kana*, diversi tra loro ed uniti in un unico ideofono (tipo XYrZYr, tipo XYnZYn, tipo XYnZWn, tipo XtYZtY e tipo XnYZnY)

Es. XYrZYr

*chirarihorari* チラリホラリ (spuntare qua e là) (*gitaigo*)

Es. XYnZYn

*dotanbatan* ドタンバタン (saltare o correre pesantemente, un pò come quando in italiano diciamo: "ti muovi come un elefante") (*giongo*)

Es. XtYZtY

*yassamossa* ヤッサモッサ (può indicare uno stato confusionale o il rumore di un luogo affollato) (*gitaigo*)

Es. XnYZnY

*ten'yawan'ya* テンヤワンヤ (indica lo stato di movimento di tante persone nello stesso luogo) (*gitaigo*)

Ideofoni composti dall'unione di tre coppie di *kana* (tipo XYXYXY, tipo XtXtXt, tipo XYXZXY e tipo XYZYWY)

Es. XYXYXY

*kankankan* カンカンカン (il ripetuto sbattere di un grande e pesante oggetto metallico) (*giongo*)

Es. XtXtXt

*tattatta* タッタッタ (rumore di passi veloci) (*giongo*)

N.B. Presenza di un piccolo "tsu" non traslitterato. Nel caso in cui l'ideofono fosse seguito dal "to" avverbiale si avrebbe *tattattatto*.

Es. XYXZXY

*dondokodon* ドンドコドン (può rappresentare il rumore profotto dal battito di un tamburo) (*giongo*)

Es. XYZYWY

*kinkonkan* キンコンカン (equivale all'italiano "din don dan") (*giongo*)

Ideofoni composti da altri ideofoni, da quattro *kana* e da due.

Es.: *garagarapon* ガラガラボン (*garagara* indica il rotolare o sgretolarsi, mentre *pon* indica il suono del battito di un tamburello o di un'esplosione quindi l'onomatopea formata da queste due ne indica un processo in successione. Si potrebbe immaginare, per esempio, una parete rocciosa che si sgretola leggermente e i cui sassolini cadono rotolando *garagara*, fino ad una strada scontrandosi contro il tetto di una macchina *pon!*) (*giongo*)

### **Ideofoni composti da sette o otto *kana***

Questi ideofoni non hanno una forma originale ma sono composti da una coppia di ideofoni (quattro + tre o quattro + quattro). La combinazione più frequente è quella in cui vengono raddoppiati ideofoni composti da quattro *kana* ciascuno.

Es.: *kokkurikokkuri* コックリコックリ (inchinare la testa più volte)

In totale gli ideofoni giapponesi pare abbiano ben quarantanove possibili costruzioni di cui le più frequenti, secondo Amanuma (1974), sono quelle composte da tre o quattro *kana*. A mio parere probabilmente perché sono più semplici da pronunciare e le loro possibili combinazioni sono maggiori.

In conclusione, la struttura fonotattica degli ideofoni giapponese è estremamente complessa, tanto da non poterla riassumere in poche righe. Sono innumerevoli e "a portata di mano", così vicini al parlante che vengono utilizzati molto più di quanto potremmo mai fare noi italiani. In italiano i pochi ideofoni che potrebbero venire in mente sono le onomatopée utilizzate nei fumetti. Tuttavia in giapponese trovano un campo di utilizzo molto più ampio: i giornali, le riviste, la pubblicità, le confezioni degli alimenti ecc. I giapponesi sono talmente immersi tra gli ideofoni che, a mio parere, non sarebbero in grado di passare una sola giornata senza utilizzarli. Da quando nel periodo Nara ne apparvero prime tracce nei testi scritti, gli ideofoni devo aver subito un grande sviluppo. Non si può escludere che in futuro si evolvano ancora, e perché no, che raggiungano una lunghezza ancora maggiore o un utilizzo ancora più ampio.

## Capitolo tre

### Caratteristiche morfofonologiche degli ideofoni nella lingua giapponese

In molti testi giapponesi che trattano degli ideofoni è possibile riscontrare termini come "sentire", "provare", "avere la sensazione" ecc. in riferimento al significato trasmesso dall'ideofono stesso. Nel "Dizionario degli ideofoni della lingua giapponese" (2007) Ono afferma: "il modo di percepire (gli ideofoni) probabilmente varia da persona a persona" (p.20). Con queste parole è chiaro che essi sono termini che vengono sentiti, provati, percepiti dal parlante e dall'interlocutore. Ad ogni ideofono corrisponde una emozione, un significato, una rappresentazione categorizzabile. Ed è di questa categorizzazione che si occupa la morfofonologia. Akita, nella sua tesi di dottorato "A Grammar of Sound-Symbolic Words in Japanese: Theoretical Approaches to Iconic and Lexical Properties of Mimetics" (2009) spiega quattro caratteristiche morfofonologiche degli ideofoni giapponesi in relazione a:

1. i raddoppiamenti
2. i suffissi
3. le more enfatiche
4. la prosodia

Le prime due caratteristiche sono dettagliatamente esplicate anche da Ono Masahiro nel "Dizionario degli ideofoni della lingua giapponese" (2007). Egli dopo aver suddiviso gli ideofoni in cinque categorie, come segue, ne esplicita i caratteri morfofonologici.

1. Ideofoni con ripetizione (*jōgo* 畳語) come *batabata* バタバタ (affrettarsi) (*gitaigo*) o *tonton* とんとん ("toc toc") (*giongo*) di cui è possibile analizzare le caratteristiche morfofonologiche in relazione ai raddoppiamenti
2. Ideofoni che terminano in "ri" 「り」 「リ」 di cui è possibile analizzare le caratteristiche morfofonologiche in relazione al suffisso "ri"
3. Ideofoni che terminano in "n" 「ん」 「ン」 di cui possiamo analizzare le caratteristiche morfofonologiche in relazione al suffisso "n"
4. Ideofoni che terminano in un piccolo "tsu" 「っ」 「ッ」<sup>47</sup> di cui possiamo analizzare le caratteristiche morfofonologiche in relazione al suffisso "tsu"
5. Ideofoni che terminano in un allungamento vocalico indicato da 「ー」

Gli ideofoni con ripetizione (categoria 1) indicano, come dice il termine stesso, la ripetizione o l'intermittenza della situazione o del suono a cui l'ideofono fa riferimento (Ono, 2007, p.25).

Gli ideofoni che terminano in "ri" (categoria 2) permettono al parlante di rendere più chiara la situazione spiegata, infatti spesso accompagnano verbi di cui ne caratterizzano l'azione (Ivi.....p.23).

Gli ideofoni che terminano in "n" (categoria 3) innanzitutto indicano l'interrompersi dell'azione o del suono rappresentato, tuttavia le sue conseguenze rimangono nel presente, come una sorta di *consecutio temporum* (Ivi....p.24).

---

<sup>47</sup> Il piccolo "tsu" 「っ」 「ッ」 ha la funzione di indicare che la sillaba che segue è doppia. Mentre in italiano la doppia viene indicata ripetendo lo stesso carattere, per esempio come potrebbe essere nella parola "tetto", in giapponese la prima delle due consonanti viene sostituita da un piccolo "tsu" 「っ」 「ッ」. Per esempio *rappu* ラップ (pellicola).

Gli ideofoni che terminano in un piccolo "tsu" (categoria 4) bloccano di netto il suono o l'azione indicata dall'ideofono (Ivi.....p.23).

Ed infine, gli ideofoni che terminano in un allungamento vocalico indicato da 「—」 (categoria 5), nella maggior parte dei casi, rappresentano il proseguimento del suono, del movimento o dell'azione (Ivi....p.24).

Le more enfatiche e la prosodia, invece, vengono spiegate in dettaglio da Akita stessa.

Le prime consistono in raddoppiamenti multipli e allungamenti vocalici di più di due more (Akita, 2009, p.42). Per esempio *zabuzabuzabun* o *zabuuuun*, dove entrambe rimandano ad un'intensificazione del significato.

Le seconde consistono nella diversificazione semantica data dalla posizione dell'accento.

Nel caso degli ideofoni con ripetizione, se l'ideofono ha funzione di avverbio o verbo l'accento cade sulla prima mora e in questo caso l'ideofono è semanticamente dinamico.

Se, diversamente, ha funzione di aggettivo o nome non porta accento e l'ideofono è semanticamente statico (Ivi.....p.42-43).

Nel caso degli ideofoni che terminano in "n" l'accento può cadere prima o dopo la mora "n". Se cadesse prima l'ideofono sarebbe semanticamente dinamico, al contrario, se cadesse dopo l'ideofono sarebbe semanticamente statico (Ivi.....p.43).

Un'ultima differenziazione semantica legata alla prosodia degli ideofoni fa riferimento alla posizione dell'accento sulle vocali. Per comprendere questo punto è necessario riportare gli esempi di Akita, tutti *giongo*. Il maiale grugnisce *bu^u*, mentre il clacson suona *buu^*. Il pulcino cinguetta *pi^i*, ma il fischio suona *pii^*. Quindi se l'accento cade prima della vocale chi produce il suono è un essere vivente, se cade dopo la vocale il suono è prodotto da un essere inanimato (Ibidem.....p.44).

La seguente tabella riassume chiaramente e con esempi la differenziazione semantica legata alla prosodia.

Ideofoni con ripetizione 4more+4more		Ideofoni che terminano in“n”		Ideofoni con accento prima o dopo vocale	
Funzione di avverbio o di verbo con accento sulla prima mora	Funzione di aggettivo o nome senza accento	Accento prima della“n”	Accento dopo la“n”	Accento prima della vocale	Accento dopo la vocale
<i>nu^runuru</i>	<i>nurunuru</i>	<i>doka^n</i>	<i>dokan^</i>	<i>bu^u</i>	<i>buu^</i>
Dinamico	Statico	Dinamico	Statico	Essere animato	Essere inanimato

Tuttavia le caratteristiche morfofonologiche degli ideofoni possono essere analizzate anche in base al fatto che l'ideofono presenti consonanti sonore o sorde. Quest'aspetto viene dettagliatamente analizzato da Tamori Ikuhiro nel volume "Studi sugli ideofoni della lingua giapponese" (1991) che, innanzitutto, definisce consonanti sonore quelle al cui *kana* vengono aggiunti i *ten ten* 「ん」 e consonanti sorde quelle al cui *kana* viene aggiunto un *maru* 「。 」 o non vi è aggiunto nulla. Di seguito qualche esempio:

Ideofoni con consonanti sonore

*betabeta* 「べたべた」

(appiccaticcio) (*gitaigo*)

*zakuzaku* 「ざくざく」

(croccante, friabile) (*giongo*)

Ideofoni con consonanti sorde

*shibashiba* 「しばしば」

(spesso, frequentemente) (*gitaigo*)

*kerokero* 「けろけろ」

("cra cra") (*giongo*)

Queste due categorie di ideofoni differiscono per ben sei aspetti morfofonologici:

1. Gli ideofoni con consonante sonora rappresentano un suono più grande

Es. 1: *tonton tataku* 「とんとん叩く」 (presenza di consonante sorda) (*giongo*) vs

*dondon tataku* 「どんどん叩く」 (presenza di consonante sonora) (*giongo*)

Entrambi hanno il significato di battere (alla porta, sulla scrivania, su un muro ecc.) tuttavia, secondo Tamori, il suono prodotto dall'ideofono con consonante sonora *dondon* è percepito come un suono più forte rispetto a quello prodotto dall'ideofono con consonante sorda *tonton*.

Es. 2 *panpan hanabi ga agaru* 「ぱんぱん花火が上がる」 (presenza di

consonante sorda) (*giongo*) vs *banban hanabi ga agaru* 「ばんばん花火が上がる」 (presenza di consonante sonora) (*giongo*)

Entrambi rappresentano il suono dei fuochi d'artificio che esplodono, tuttavia il suono prodotto dall'ideofono con consonante sonora *banban* viene percepito come più forte rispetto all'ideofono con consonante sorda *panpan*.

2. Gli ideofoni con consonante sonora sono suoni prodotti da un oggetto più grande

Es.: *pasapasa hanebataku* 「ぱさぱさ羽ばたく」 (presenza di consonante sorda)

(*giongo*) vs *basabasa hanebataku* 「バサバサ羽ばたく」 (presenza di consonante sonora) (*giongo*)

Entrambi rappresentano il rumore prodotto da un battito d'ali, tuttavia l'uccello che produce il suono *pasapasa* viene percepito come più piccolo rispetto all'uccello le cui ali producono il suono *basabasa*.

3. Gli ideofoni con consonante sonora sono suoni prodotti da una quantità o una densità dell'oggetto maggiore

Es. 1: *taratara ase wo kaku* 「たらたら汗をかく」 (presenza di consonante sorda)

(*gitaigo*) vs *daradara ase wo kaku* 「だらだら汗をかく」 (presenza di consonante sonora) (*gitaigo*)

Entrambi indicano l'azione di sudare tuttavia nel caso dell'ideofono con consonante sonora *daradara* la quantità di sudore prodotta viene percepita come maggiore rispetto all'ideofono con consonante sorda *taratara*.

Es. 2: *parapara mame wo maku* 「ぱらぱら豆を撒く」 (presenza di consonante sorda) (*gitaigo*) vs *barabara mame wo maku* 「ばらばら豆を撒く」 (presenza di consonante sonora) (*gitaigo*)

Entrambi fanno riferimento all'azione di spargere i fagioli. Tuttavia nel caso di *barabara* la quantità di fagioli sparsi viene percepita maggiore.

4. Gli ideofoni con consonante sonora fanno riferimento ad una attività o a un movimento più intenso

Es.: *kurakura nitatsu* 「くらくら煮立つ」 (presenza di consonante sorda) (*giongo* e *gitaigo*) vs *guragura nitatsu* 「ぐらぐら煮立つ」 (presenza di consonante sonora) (*giongo* e *gitaigo*)

Entrambi sono ideofoni che indicano l'azione e il suono prodotto dall'ebollizione dell'acqua. Tuttavia il bollore risulta essere più intenso nel caso di *guragura*, quasi che l'acqua stesse per fuoriuscire dalla pentola.

5. Gli ideofoni con consonante sonora rappresentano un grado più intenso

Es.: *petapeta kuttsuku* 「ぺたぺたくつつく」 (presenza di consonante sorda) (*gitaigo*) vs *betabeta kuttsuku* 「べたべたくつつく」 (presenza di consonante sonora) (*gitaigo*)

Entrambi indicano il suono prodotto quando si tocca o si calpesta qualcosa di appiccaticcio e si riesce a fatica a staccare mani e piedi. Tuttavia, l'ideofono *betabeta* da un senso di appiccaticcio più intenso rispetto a *petapeta*.

6. Gli ideofoni con consonante sonora sono portatori anche di un significato negativo

Es. *kirakira hikaru* 「きらきら光る」 (presenza di consonante sorda) (*gitaigo*) vs

*giragira hikaru* 「ぎらぎら光る」 (presenza di consonante sonora) (*gitaigo*)

Entrambi gli ideofoni indicano il brillare delle stelle. Tuttavia, nel caso dell'ideofono con consonante sorda *kirakira* si ha l'impressione che le stelle brillino intensamente e si vedano perfettamente da terra, in altre parole un brillare ideale per chi vuole osservare le stelle. Al contrario, l'ideofono con consonante sonora *giragira* non dà l'impressione che le stelle vengano dolcemente illuminate dal sole, ma accecate da esso quasi senza pietà. Quindi una situazione percepita in modo più sgradevole. In questo senso può capitare che gli ideofoni con consonante sonora siano portatori anche di un significato negativo.

(Tamori, 1991, p.194)

Concludendo, è importante sottolineare le caratteristiche morfofonologiche degli ideofoni nella lingua giapponese, in quanto esse si applicano solo a questa categoria lessicale. Essendo gli ideofoni, per definizione, termini caratterizzati da un diretta corrispondenza tra il suono e il loro significato (*giongo*) e termini che caratterizzano un'azione, un movimento o uno stato fisico (*gitaigo*), poter comprendere le sfumature riguardanti la grandezza, la forza, l'intensità, la quantità solo basandosi sulla forma o l'accento è straordinario. Non è necessario contestualizzare in dettaglio l'ideofono perché è in grado di contestualizzarsi esso stesso. Inoltre, nonostante la presenza di dialetti e nonostante si possa affermare che ogni individuo sia unico e differente dagli altri, gli ideofoni vengono, nella maggior parte dei casi, percepiti allo stesso modo. Forse dal punto di vista morfologico è possibile trovare ideofoni diversi tra un dialetto e un altro, tuttavia le caratteristiche morfofonologiche, per essere state delineate così chiaramente, si può pensare restino pressoché invariate.

Potrebbe anche essere questo uno dei motivi per cui gli ideofoni trovano un vasto utilizzo nella società giapponese. La seconda parte sarà dedicata agli aspetti pragmatici degli ideofoni in differenti contesti d'uso.

## PARTE SECONDA

### L'uso attuale degli ideofoni nella lingua giapponese: gli ideofoni nel mondo pubblicitario, utilizzi ed effetti nelle vendite

#### Introduzione

Oggigiorno gli ideofoni in Giappone vengono utilizzati in moltissimi contesti. Sulle riviste, sui cartelloni pubblicitari, nei programmi televisivi, nelle pubblicità, sulle confezioni degli alimenti ecc.

Takamori Ikuhiro, ricercatore giapponese e studioso di ideofoni, afferma che in questi ultimi anni è aumentata la tendenza ad utilizzarli all'interno dei nomi dei prodotti (Tamori, 2002), riportando i seguenti esempi:

*Gizagiza poteto* 「ギザギザポテト」

*Korokoro kōya* 「ころころこうや」

*Hokuhoku masshu poteto* 「ほくほくマッシュポテト」

*Sukusuku kizzu poteto* 「すくすくキッズアイス」

*Gungun sōsēji* 「ぐんぐんソーセージ」

*Sarasara su-su-su* 「さらさらす・す・す」

In cui *gizagiza*, *korokoro*, *hokuhoku*, *sukusuku*, *gungun* e *sarasara* sono ideofoni (in questo caso tutti *gitaigo*).

Quelli utilizzati in ambito alimentare, ovvero quelli usati per esprimere la consistenza del prodotto, sono così largamente diffusi che vi sono diversi libri che trattano esclusivamente di questa categoria. Ne è un esempio l'opera della ricercatrice Hayakawa Fumiyo "Il giapponese a tavola" (2006). In questo testo la Hayakawa elenca trentasei ideofoni legati al mondo alimentare con tanto di sinonimi e contrari, per un totale di più di duecento diversi termini.

Un altro esempio è l'opera di Yamaguchi Nakami e Satō Yuki, " Quaderno per diversificare l'uso degli ideofoni " (2006). Così come dice il titolo, in quest'opera le autrici elencano e spiegano dettagliatamente le differenze tra le coppie di *gitaigo* e di *giongo*, che apparentemente sembrano avere lo stesso significato. Ben undici delle numerose coppie riguardano l'ambito alimentare.

In questa seconda parte dell'elaborato si cercherà di analizzare gli ideofoni utilizzati in pubblicità. Sulla base di campioni precisi si analizzerà, dapprima, l'uso degli ideofoni nelle pubblicità televisive, il loro modo d'uso e l'eventuale utilizzo di altre categorie lessicali similmente alla categoria degli ideofoni. Successivamente ci si soffermerà sull'uso degli ideofoni sui prodotti dei *konbini*, per comprendere quali siano quelli più utilizzati e di conseguenza i prodotti su cui trovano maggior riscontro. Infine, attraverso un sondaggio inviato ad alcune aziende giapponesi produttrici dei suddetti alimenti si cercherà di comprendere quali siano le motivazioni che portano all'utilizzo degli ideofoni.

## Capitolo uno

### Gli ideofoni nelle pubblicità televisive

Tra i tanti ambiti in cui è possibile riscontrare l'uso degli ideofoni, quello delle pubblicità televisive ritengo sia uno dei più interessanti. In alcuni programmi, in particolare quelli sui ristoranti, sulla cucina e sui prodotti alimentari in generale, capita spesso di imbattersi nell'uso degli ideofoni, spesso enfatizzati dall'emittente televisiva tramite sottotitoli sovrainposti (chiamati in giapponese *teroppu*). Tuttavia, questa pratica di introdurre una sorta di sottotitolo alle espressioni del parlante non si limita agli ideofoni. Essa infatti viene utilizzata in qualsiasi programma per enfatizzare dei concetti o "dare un pò di colore" alla trasmissione. Per questo motivo non è stato possibile soffermarsi al semplice uso degli ideofoni in televisione ma si è visto necessario scegliere un campo più ristretto in cui gli ideofoni venissero utilizzati come elemento principale. Per questo motivo in questo capitolo si analizzerà in che modo vengono utilizzati come elemento principale all'interno delle pubblicità televisive giapponesi.

Il campione analizzato consiste in cento video caricati su un canale You Tube chiamato JPCMHD (abbreviazione per "Japanese Commercials in HD")<sup>48</sup>. I video, tra i sette e i dieci minuti, danno una veloce rassegna di tutte le pubblicità giapponesi (o per meglio dire di tutte le pubblicità giapponesi ritenute interessanti da chi ha realizzato i video) suddivise in settimana e anno. Si parte dalla 44<sup>a</sup> settimana del 2011 (ovvero da novembre 2011) per raggiungere la 46<sup>a</sup> settimana del 2015. In ogni video è possibile trovare pubblicità trasmesse in una, due o tre settimane. Tuttavia, essendo un canale You Tube purtroppo il campione ha una piccola falla, infatti risultano mancanti le seguenti settimane: due, tre, sei, nove, trentasei e trentasette dell'anno 2012 e trentadue,

---

<sup>48</sup> <https://www.youtube.com/user/JPCMHD/videos> ultimo accesso 30/11/2015.

trentatré e trentaquattro dell'anno 2013. Fatta eccezione per queste nove, le restanti centonovantacinque settimane sono tutte presenti.

L'analisi si è svolta tra i mesi di ottobre e di novembre 2015. Dunque tutti i video pubblicati da dicembre non vanno considerati come parte del campione. Inoltre all'interno del canale sono presenti anche alcuni video riassuntivi delle migliori pubblicità dell'anno, che essendo riprese dai precedenti video non sono stati presi in considerazione.

Detto questo è possibile passare ad un'analisi più concreta dell'utilizzo degli ideofoni all'interno di queste pubblicità. Lo scopo che ci si prefigge è quello di comprendere, non solo quali siano le metodologie d'utilizzo degli ideofoni, ma anche di riflettere se quel tipo di utilizzo sia differente per le altre categorie lessicali oppure no.

Non è stato facile riuscire a schematizzare in modo chiaro e sintetico i molteplici usi che vengono fatti degli ideofoni, tuttavia è possibile suddividerli genericamente in tre grandi categorie:

1. cantato
2. parlato
3. scritto

Queste tre categorie possono anche essere presenti contemporaneamente all'interno della pubblicità. Per esempio, sulla base di un jingle realizzato con gli ideofoni, è possibile che una voce narrante ne faccia uso per descrivere il prodotto e allo stesso tempo essi appaiano sullo schermo in sovrapposizione. Ma per non creare confusione si partirà dalle prime due categorie, che a loro volta presentano diverse sottocategorie, come sarà illustrato più avanti. Inoltre, per ognuna di esse, presenterò un esempio tratto dal campione di base.

Categoria 1: gli ideofoni cantati

Un primo e semplice utilizzo dell'ideofono è quello cantato. Una canzone caratterizzata dalla presenza di ideofoni consiste in una canzone composta esclusivamente da ideofoni o composta enfatizzandoli, ripetendoli o soffermandosi su di essi. Tra le molte che presentano questo tipo di utilizzo vorrei portare come esempio la prima pubblicità del video in cui vengono riassunte le pubblicità della 20<sup>a</sup> e della 21<sup>a</sup> settimana del 2013, che tratta di una bibita della catena di ristoranti Kentucky Fried Chicken chiamata "Krushers"<sup>49</sup>. Come promoter è stata ingaggiata la cantante di fama mondiale che sta riscuotendo sempre più successo non solo in Giappone ma anche in Europa, Kyary Pamyu Pamyu e il testo della canzone utilizzata è il seguente:

*"chūchū kurakura*

*chūchū kurakura*

*kurakura kurakura*

*kurakura kurakura*

*kurakura kurakura*

*kurakura kurakura*

*chūchū kurakura*

*chūchū kurakura*

*kurakura kurakura*

*kurakura kurakura*

*kurakura kurakura*

*kurakura kurakura"*

Semplicemente è composto esclusivamente da due ideofoni: *chūchū* (*giongo*) e *kurakura* (*gitaigo*), ripetuti rispettivamente quattro e venti volte. Il primo indica l'azione di aspirare dalla cannuccia ed infatti nella pubblicità nei punti in cui viene cantato

---

<sup>49</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=JnVYE\\_W-dDY](https://www.youtube.com/watch?v=JnVYE_W-dDY) ultimo accesso 30/11/2015.

quell'ideofono Kyary Pamyu Pamyu beve il "Krushers". La seconda invece indica un giramento di testa. Essendo il "Krushers" una bevanda a metà tra una granita e un frappé è chiaro che *kurakura* indica il fastidio che si sente alla testa quando si beve troppo in fretta una bevanda ghiacciata. Infine, in ultima battuta, come se gli ideofoni non fossero sufficienti, Kyary Pamyu Pamyu dice "*kurakura shiteru?*" (ti gira la testa?), ancora ad enfatizzare l'ideofono e la possibile sensazione provata una volta bevuto il prodotto.

Un'altro interessante utilizzo prevede che la canzone sia composta non solo, ma anche di ideofoni, il cui ruolo risulta centrale all'interno della canzone stessa. Si tratta della pubblicità del "Coolish", un gelato posto in una sorta di mini tetrapak aspirabile dalla cannuccia a bocca larga posta in cima. Questa pubblicità è la prima della raccolta della 18<sup>a</sup> e 19<sup>a</sup> settimana del 2012<sup>50</sup> e il testo della canzone è il seguente:

*"chūchū goron*

*chū goron*

*nani mo nai hi wa*

*chū chū chū*

*goron"*

Per poter comprendere la canzone è necessario prima contestualizzarla. Nel video vi è una ragazza sdraiata su un tappeto sulla veranda di casa mentre mangia il gelato "Coolish", che viene, come già detto, aspirato da una cannuccia. Anche in questo caso quindi è presente l'ideofono *chūchū* o *chū* che fa appunto riferimento all'aspirare il gelato. L'ideofono *goron* (*gitaigo*) invece indica l'azione di rotolare, o per meglio dire in questo caso di girarsi da sdraiati, che è proprio quello che fa la protagonista del video, da prona a supina. Letteralmente il testo risulta tradotto:

---

<sup>50</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=KtrKm\\_yzjBA](https://www.youtube.com/watch?v=KtrKm_yzjBA) ultimo accesso 30/11/2015.

"Aspira aspira rottola  
aspira rotola  
nei giorni di dolce far niente  
aspira aspira aspira  
rotola"

In questo caso è interessante notare come gli ideofoni utilizzati non abbiano nulla a che vedere con il prodotto pubblicizzato. Mentre nella precedente pubblicità analizzata si ha l'ideofono *kurakura* che in qualche modo rimanda alla sensazione che è possibile provare dopo aver bevuto il prodotto, in questa non vi è nulla che rimandi direttamente al prodotto. Solo alla fine una voce narrante utilizza nuovamente gli ideofoni per spiegare in due parole la consistenza del prodotto: "*jinwari*<sup>51</sup> *torokeru*" (si scioglie lentamente).

Questi primi due esempi di ideofoni cantati in pubblicità sono i più semplici. La canzone è il fulcro della pubblicità e gli ideofoni il fulcro della canzone. Inoltre, in entrambi i casi la canzone presenta una base musicale a cui viene accompagnato il testo. Tuttavia è anche possibile trovare alcune pubblicità in cui la canzone non presenta alcuna base musicale. Un esempio significativo è quella di un nuovo piatto estivo della catena di ristoranti "Gasuto". È la prima della raccolta della 30<sup>a</sup> e della 31<sup>a</sup> settimana del 2013<sup>52</sup>. A promuovere il prodotto sono alcuni membri delle AKB48, famoso gruppo di giovani cantanti giapponesi che in questi ultimi tempi sta affermando la sua fama anche in Europa. Il testo, non propriamente cantato, essendo senza base, ma ugualmente ritmato come una canzone, recita:

"*natsu natsu ase ase bate bate*

---

<sup>51</sup> *Jinwari* è l'ideofono (*gitaigo*) che indica la lentezza di un'azione, in questo caso sciogliersi.

<sup>52</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=rcRCLt14-WI> ultimo accesso 30/11/2015.

*sappari hiyehiye tantan men*

*sappari pari no hiyahiya*

*sūtto sūtto*

*natsu ga sūtto natsu gasuto*

*hai genki ki hai natsu gasuto*

*gasuto gasuto"*

Letteralmente:

"Estate estate sudore sudore che fastidio

degli spaghetti freddi per rinfrescarsi

freddi e piacevoli

aspira aspira

d'estate si aspira d'estate si va da Gasuto

tiriamoci su il morale da Gasuto

Gasuto Gasuto"

La caratteristica principale di questa pubblicità è che gli ideofoni non solo sono la parte principale di questa canzone senza base musicale, ma ne permettono le assonanze e le rime rendendo il tutto più piacevole all'orecchio. Gli ideofoni utilizzati sono: *bate bate* (*gitaigo* che indica l'appiccaticcio del sudore estivo), *sappari* (*gitaigo* che indica una sensazione di freschezza data in questo caso dagli spaghetti freddi), *hiyehiye* (*gitaigo* che indica la freddezza), *hiyahiya* (*gitaigo* sinonimo di *hiyehiye*) e *sūtto* (*giongo* che riproduce il suono di aspirare aria da una piccola fessura, in questo caso di aspirare gli spaghetti dalla bocca; qui l'ideofono è accompagnato dal "to" avverbiale che spesso segue gli ideofoni).

Un'altro caso di utilizzo degli ideofoni cantati si trova in pubblicità in cui l'ideofono è il fulcro della canzone, ma la canzone non è il fulcro della pubblicità. Ovvero, si tratta di pubblicità in cui canzoni composte da ideofoni fanno da sottofondo musicale ad una narrazione. Questo tipo di utilizzo è poco frequente ma non raro. Per esempio, nel video della 7<sup>a</sup> settimana del 2012 al minuto 3:50 vi è la pubblicità di una lametta per la depilazione delle gambe<sup>53</sup>. In questa pubblicità come base musicale per la voce narrante vi è una breve canzone composta esclusivamente dagli ideofoni *tsurun* e *tsuru* (*gitaigo* che indica una pelle liscia come appunto quella dopo la depilazione). Nonostante la canzone non sia l'elemento principale della pubblicità, gli ideofoni utilizzati vengono ripetuti durante la spiegazione del prodotto e questo ne sottolinea l'importanza che gli è stata attribuita.

Infine, l'ultimo utilizzo degli ideofoni cantati che si andrà ad analizzare è un utilizzo molto raro. Tanto che ne è stato trovato un solo caso. Si tratta di brevi jingle musicali in cui appare sempre lo stesso ideofono. Il prodotto in questione è la granita morbida "Sō". Tutte le sue pubblicità prevedono l'utilizzo di un jingle in chiusura, in cui è presente sempre l'ideofono *shakitto* (*gitaigo*). In tre pubblicità dello stesso prodotto, una all'interno della raccolta della 15<sup>a</sup> settimana del 2012 al minuto 3:20<sup>54</sup>, una della 23<sup>a</sup> e 24<sup>a</sup> del 2014 al minuto 7:12<sup>55</sup> e una della 16<sup>a</sup> e 17<sup>a</sup> del 2015 al minuto 6:25<sup>56</sup> dopo ogni scenetta viene cantato il jingle. Nella prima il testo è:

---

<sup>53</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=enHF4cJ\\_8Y8](https://www.youtube.com/watch?v=enHF4cJ_8Y8) ultimo accesso 30/11/2015.

<sup>54</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=Peg9Wj0P1vo> ultimo accesso 30/11/2015.

<sup>55</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=uFICykg14U8> ultimo accesso 30/11/2015.

<sup>56</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=QayOxDtFs6M> ultimo accesso 30/11/2015.

"*shakitto ikō ze*  
*rotte no sō*"

"Vai di croccantezza!  
Il Sō della Lotte"

Nelle altre due:

"*shakitto sawayaka*  
*rotte sō*"

"Fresco e croccante  
Il Sō della Lotte "

In entrambi i jingle gli unici due elementi che si ripetono sono l'ideofono *shakitto*, che in questo caso indica la consistenza croccante della granita, e il nome del prodotto. Questo fa comprendere che per i produttori essi siano i due elementi fondamentali e indispensabili per una buona riuscita nella creazione della pubblicità.

Sintetizzando brevemente prima di passare alla seconda categoria, i principali utilizzi degli ideofoni cantati in pubblicità sono i seguenti:

1. ideofoni utilizzati come fulcro di una canzone che a sua volta è il fulcro stesso della pubblicità con base musicale (canzone composta completamente o parzialmente da ideofoni);
2. ideofoni utilizzati come fulcro di una canzone che è fulcro stesso della pubblicità senza base musicale;
3. ideofoni utilizzati come fulcro di una canzone che fa da sfondo musicale alla pubblicità;
4. ideofoni utilizzati in un jingle fisso per ogni pubblicità dello stesso prodotto.

Categoria 2: gli ideofoni parlati

Gli ideofoni parlati non sempre sono un elemento rilevante all'interno della pubblicità.

Nella maggior parte dei casi infatti vengono utilizzati come una qualsiasi altra categoria

lessicale. Tuttavia, in molti altri casi, l'ideofono viene utilizzato con particolari valenze che lo rendono quasi il fulcro della pubblicità.

Un primo caso è l'uso enfaticizzato, ovvero il mimare l'azione espressa dall'ideofono, esprimerne il significato anche attraverso un particolare tono della voce, o entrambi. Per esempio nel video che raccoglie le pubblicità della 14<sup>a</sup> e 15<sup>a</sup> settimana del 2014 al minuto 1:50 c'è quella della birra "STRONG ZERO"<sup>57</sup>. L'ideofono enfaticizzato in questa pubblicità è "gyu" (*gitaigo*) e sta ad indicare l'alta concentrazione di succo di limone presente nella birra. "Gyu" in generale indica appunto una stretta, qualcosa di concentrato e in questa pubblicità l'enfaticizzazione avviene attraverso un cambiamento di voce e d'espressione del parlante. In questo caso l'ideofono non è ripetuto più di quattro volte ma il contesto e l'enfaticizzazione datagli, anche nell'ultima ripetizione in cui la voce narrante ripete nuovamente l'ideofono e ne appare la scritta, lo rendono uno degli elementi centrali all'interno della pubblicità.

Inoltre, a proposito di ripetizioni, ci sono pubblicità in cui lo stesso ideofono viene ripetuto più volte e di fatto diventa l'asse attorno a cui ruota la pubblicità stessa. Un esempio molto divertente è possibile trovarlo nella raccolta della 14<sup>a</sup> e 15<sup>a</sup> settimana del 2015 al minuto 2:36<sup>58</sup>. Questa pubblicità è una delle tante della nuova compagnia telefonica "au" (termine la cui pronuncia inglese richiama la parola giapponese *eiyū*, ovvero "eroe") che raccontano brevi episodi di tre personaggi delle fiabe, appunto tre "eroi" giapponesi il cui nome termina per tutti con "-tarō": Momotarō, Urashimatarō e Kintarō. In questo particolare episodio i tre sono intenti a conversare e alla conversazione partecipa anche Kaguyahime (lett. la principessa splendente), anch'essa

---

<sup>57</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=jdXbIfgory0> ultimo accesso 30/11/2015.

<sup>58</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=P9V1YkLwZ9o> ultimo accesso 30/11/2015.

personaggio delle fiabe giapponesi e in questi spot promessa sposa di Momotarō<sup>59</sup>.

Durante la conversazione Kintarō chiede alla coppia com'è iniziata la loro storia e prontamente Momotarō spiega che lui è nato da una pesca (come nella storia originale) e quando la pesca si è aperta il suono prodotto è stato *pokkon* (*giongo*) e Kaguyahime spiega di essere nata da un bambù (sempre come avvenne nella storia originale) e che quando il bambù si è aperto il suono prodotto è stato lo stesso. In questa pubblicità l'ideofono *pokkon*, probabilmente di nuova invenzione, è preso con ilarità dagli altri personaggi. E ogni volta che Momotarō e Kaguyahime lo pronunciano, Urashimatarō e Kintarō scoppiano in grandi risate. L'ideofono è ripetuto per ben sette volte durante tutta la durata della pubblicità, che quindi risulta essere incentrata su di esso.

Un'ultima tipologia di utilizzo degli ideofoni parlati è caratterizzata dall'enfatizzazione dell'ideofono tramite giochi di parole. Per esempio nel video di raccolta delle pubblicità della 49<sup>a</sup> settimana del 2011 al minuto 2:47 viene pubblicizzato un cuscino con auto parlanti collegabile al cellulare con cui è possibile chiamare stando sdraiati<sup>60</sup>. Nella pubblicità si vedono due attori, un uomo e una donna, ognuno a casa propria sul suo cuscino che parlano al telefono del prodotto pubblicizzato. L'uomo è un famoso attore il cui nome è Mokomichi e l'idefono utilizzato durante la conversazione è *mokomoko*, *gitaigo* che indica la morbidezza del cuscino. Ed è proprio attraverso l'utilizzo dell'ideofono *mokomoko* che Mokomichi cerca di essere spiritoso dicendo: "*mokomoko* Mokomichi".

In questo caso l'ideofono non ha un ruolo particolarmente rilevante nella pubblicità in sé, tuttavia lo ha nel gioco di parole. Lo si può quindi considerare rilevante nel contesto in cui è posto, considerando che viene anche ripetuto tre volte prima della suddetta battuta.

---

<sup>59</sup> N.B. nelle favole originali questi personaggi non si sono mai incontrati tra loro. Gli episodi sono realizzati dai produttori e non facenti parte delle storie originali giapponesi tramandate.

<sup>60</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=1xUz0LbNNdM> ultimo accesso 30/11/2015.

Dunque, per riassumere questa seconda categoria prima di passare alla terza e ultima, è possibile affermare che vi siano tre principali utilizzi degli ideofoni parlati:

1. enfaticizzazione dell'ideofono tramite il cambiamento nel tono della voce, la mimica del corpo per esprimerne il significato o entrambi;
2. la ripetizione continua dell'ideofono;
3. l'utilizzo dell'ideofono nei giochi di parole.

### Categoria 3: gli ideofoni scritti

Per quanto riguarda quest'ultima categoria ha semplicemente una funzione di rafforzamento delle prime due. Ovvero in moltissime pubblicità avviene che vengano trascritte le parole pronunciate dal parlante che si vogliono enfaticizzare, dunque anche gli ideofoni ricevono questo trattamento, ma ciò non li rende necessariamente prioritari per la riuscita della pubblicità. In altre parole la categoria degli ideofoni scritti è riconducibile alle prime due:

1. ideofoni scritti in pubblicità con ideofoni cantati
2. ideofoni scritti in pubblicità con ideofoni parlati

Quando viene pronunciato l'ideofono, capita molto spesso che esso venga scritto sovrainposto allo schermo, o addirittura con la scritta in movimento per accentuarlo maggiormente. Come esempi per questi due utilizzi degli ideofoni scritti, il cui ruolo risulta rilevante nella pubblicità, si veda, nel primo caso la raccolta della 18<sup>a</sup> e 19<sup>a</sup> settimana del 2012 al minuto 3:19<sup>61</sup>, e nel secondo caso la raccolta della 40<sup>a</sup> e 41<sup>a</sup> settimana del 2015 al minuto 2:34<sup>62</sup>. L'ideofono cantato nel primo spot è *parifuwa* (ideofono misto composto dal *giongo pari* e il *gitaigo fuwa*) in riferimento alla

---

<sup>61</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=KtrKm\\_yzjbA](https://www.youtube.com/watch?v=KtrKm_yzjbA) ultimo accesso 30/11/2015.

<sup>62</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=uxUVhn-8kDQ> ultimo accesso 30/11/2015.

consistenza del gelato che la protagonista della pubblicità sta mangiando. *Pari* dà l'idea della croccantezza del cioccolato e *fuwa* della morbidezza della crema al latte. Nel momento in cui nella canzone viene pronunciato l'ideofono, non solo ne appare la scritta, ma quest'ultima si muove disegnando un'onda. Allo stesso modo, nel secondo spot viene enfatizzato il termine *mochiri (gitaigo)* che in questo caso indica la consistenza morbida delle ciambelline ripiene pubblicizzate. Infatti, per enfatizzare l'ideofono viene posta la sua trascrizione con una vibrazione nelle ultime sillabe, che vengono pronunciate con enfasi dalla voce narrante.

Dunque riassumendo quanto detto fino a questo momento, gli utilizzi degli ideofoni, che assumono un ruolo di rilievo all'interno delle pubblicità giapponesi sono:

#### 1. Cantato

- a. ideofoni utilizzati come fulcro di una canzone che è il fulcro stesso della pubblicità con base musicale (canzone composta completamente o parzialmente da ideofoni);
- b. ideofoni utilizzati come fulcro di una canzone che è fulcro stesso della pubblicità senza base musicale;
- c. ideofoni utilizzati come fulcro di una canzone che fa da sfondo musicale alla pubblicità;
- d. ideofoni utilizzati in un jingle fisso per ogni pubblicità dello stesso prodotto.

#### 2. Parlato

- a. enfaticizzazione dell'ideofono tramite il cambiamento nel tono della voce, la mimica del corpo per esprimerne il significato o entrambi;
- b. ripetizione continua dell'ideofono;

c. utilizzo dell'idefono nei giochi di parole.

### 3. Scritto

a. ideofoni scritti in pubblicità con ideofoni cantati;

b. ideofoni scritti in pubblicità con ideofoni parlati.

In realtà, sempre sulla base del campione analizzato, si è notato che non tutti questi utilizzi sono prerogativa degli ideofoni, in particolare l'utilizzo scritto. Qualsiasi termine si voglia enfatizzare o si ritenga necessario debba spiccare sugli altri viene trascritto. Per esempio, la prima pubblicità della raccolta di spot pubblicitari della 46<sup>a</sup> e 47<sup>a</sup> settimana del 2012<sup>63</sup>, pubblicizza il videogioco "Monster Hunter 3G in versione HD" in cui vengono spiegate le caratteristiche del gioco utilizzando solo coppie di parole le cui iniziali sono H per la prima e D per la seconda. Ovvero:

*"Hontōni Dekai* (estremamente grande)

*Hijōni Dohade* (fin troppo chiassoso)

*Harahara Dokidoki* (ideofoni *gitaigo* che indicano uno stato di tensione e trepidazione)

*Hyoē Dohyā* (ideofoni *giongo* che rappresentano semplicemente degli urli o dei versi di draghi)

*Hantā Daikōfun* (i cacciatori sono super eccitati)"

In questa pubblicità sono presenti parole della categoria lessicale di ideofoni e non.

Quindi, non è possibile considerarli una categoria speciale se messi a confronto in ogni singolo utilizzo all'interno delle pubblicità televisive giapponesi.

Tuttavia, ciò che rende gli ideofoni parte di una categoria lessicale "speciale" è il fatto che solo gli ideofoni possiedono tutti questi tipi di utilizzi. Durante l'analisi del campione, infatti, non sono state riscontrate altre categorie lessicali così utilizzate.

---

<sup>63</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=XUTIIIFis0k> ultimo accesso 30/11/2015.

Nonostante sia possibile riscontrare pubblicità il cui fulcro sia una canzone composta completamente dal nome proprio del prodotto pubblicizzato, o da verbi, o da aggettivi, queste parti del discorso non vengono ampiamente utilizzate come gli ideofoni che hanno ben nove differenti utilizzi, come se la categoria lessicale di quest'ultimi sia in qualche modo unica, ma allo stesso tempo comune come tutte le altre. Ritengo che gli ideofoni siano e allo stesso tempo non siano appartenenti ad una categoria lessicale "speciale" all'interno della vita quotidiana. Sono parole comunemente usate, ma allo stesso tempo particolari e dagli svariati utilizzi. Sono uguali e allo stesso tempo diversi da tutte le altre parole. Hanno la naturalezza di una qualsiasi altra categoria lessicale, ma la versatilità propria della loro categoria. Ciò fa sì che in alcuni ambiti ristretti, come quello pubblicitario, occupino una posizione di spicco.

Nel successivo capitolo, per capire se gli ideofoni possano o meno considerarsi effettivamente parte di una categoria lessicale "speciale" all'interno del loro ambito d'utilizzo si analizzeranno quelli presenti sulle confezioni dei prodotti venduti nei *konbini*.

## Capitolo due

### Gli ideofoni sui prodotti dei *konbini*

Durante il mio soggiorno di studio della durata di un anno presso la Yokohama City University, ho realizzato tra marzo ed aprile 2015 una ricerca sul campo sull'uso degli ideofoni sui prodotti venduti nei *konbini*. Molteplici sono gli scopi della ricerca: dimostrare il grande uso che ne viene fatto; capirne più approfonditamente la tipologia (*giongo, gitaigo*) e capirne la frequenza di distribuzione d'uso. Per questo, recandomi di persona in quattro differenti *konbini*, "Seven Eleven", "Family Mart", "Lawson" e "Sunkus", ho raccolto il maggior numero di informazioni annotando tutti prodotti alimentari sulla cui confezione comparivano gli ideofoni. A completamento, ho preferito visitare sia i siti internet dei suddetti *konbini* che il sito internet del *konbini* nel quale non sono riuscita a recarmi, il "Lawson Store 100" (un *konbini* sempre della catena "Lawson" in cui tutti i prodotti constano 100yen).

Dall'analisi e dalla successiva classificazione dei dati raccolti è emerso che vi sono tre diversi utilizzi degli ideofoni:

- nel nome del prodotto (v. Figura 1)
- nella descrizione del prodotto (v. Figura 2)
- sulla confezione, a mo' d'abbellimento (v. Figura 3)

Essi non sono solo presenti sui prodotti più comuni come patatine, biscotti, cioccolatini e merendine, ma anche su confezioni di cereali, gelati, gelatine di frutta, pasti pronti, zuppe istantanee, snack dietetici, surgelati, insalate e bibite, per un totale di ben 406 differenti prodotti, a dimostrarne il largo utilizzo.



Figura 1 *Mochimochi an pan*. Panino con noci e marmellata di azuki. Nel nome si trova l'ideofono *mocchimochi* もちもち che indica la consistenza morbida del pane.



Figura 2 *Poteto sarada*. Si tratta di un'insalata di patate.

Nella didascalia che descrive il contenuto della confezione vi è l'ideofono *hokuhoku* ほくほく che indica la consistenza soffice dell'insalata di patate.



Figura 3 *Jagariko*. Sono patatine sulla cui confezione gli ideofoni vengono posti non solo a funzione descrittiva ma anche d'abbellimento. In quest'illustrazione gli ideofoni *kari* カリッ e *sakusaku* サクサク si trovano in un simpatico fumetto.

Di questi, 59 sono rintracciabili in qualsiasi *konbini*, 142 sono esclusivi della catena "Family Mart", 58 del "Seven Eleven", 105 della catena "Lawson", 10 del "Lawson Store 100" e 32 del "Circle K Sunkus" (v. appendice C).

Considerando quanto detto si potrebbe affermare che il "Family Mart" sia la

catena con il numero maggiore di prodotti che riportano almeno un ideofono sulla confezione, a cui segue la catena "Lawson".

Inoltre si è osservato che gli ideofoni rilevati sui prodotti analizzati si suddividono nelle seguenti 35 tipologie:

1. *norifuwa* 「のりふわ」; *karizaku* 「カリザク」; *karipori* 「カリッポリ  
ツ」; *sakupari* 「サクパリ」; *puchifuwa* 「プチふわ」; *paripori* 「パリ  
ポリ」; *sakuhoku* 「サクッホクツ」; *fuwatoro* 「ふわとろ」;  
*fuwamochi* 「ふわもちっ・ふわもち」; *mochifuwa* 「もちふわ」;  
*torofuwa* 「とろふわ」; *mochipuyo* 「もちぷよ」; *korohoro* 「ころほ  
ろ」; *toromocchi* 「とろもっち」; *punimochi* 「ぷにもち」
2. *assari* 「あっさり」
3. *gattsuri* 「ガッツリ」
4. *kara* 「カラッ」
5. *kari* 「カリッ」; *karikkari* 「カリッカリ」; *karikari* 「カリカリ」
6. *gisshiri* 「ぎっしり」
7. *gyu* 「ギュッ・ぎゅっ」
8. *korikori* 「コリコリ」; *kori* 「コリッ」
9. *gorōn* 「ころ～ん」; *goro* 「ごろっ」; *gorogoro* 「ごろごろ」
10. *kongari* 「こんがり」
11. *sakusaku* 「サクサク・SAKUSAKU・さくさく」; *saku* 「サクッ」;  
*zakuzaku* 「ざくざく・ザクザク」; *sakussaku* 「サクッサ  
ク」; *sakkuri* 「サックリ・さっくり」; *zaku* 「ザクッ・ザク」
12. *sappari* 「さっぱり」
13. *shittori* 「しっとり」
14. *shaki* 「シャキッ」; *shakishaki* 「シャキシヤキ」; *shakkiri* 「シャッ  
キリ」
15. *shari* 「シャリッ」
16. *jinwari* 「じんわり」
17. *sū* 「すうっ」

18. *sukkiri* 「すっきり」
19. *tsubutsubu* 「つぶつぶ」
20. *tsurutsuru* 「ツルツル」; *tsuru* 「ツルッ・つるっ」
21. *torōri* 「とろ〜り・とろーり」; *torotoro* 「とろとろ」; *tororo* 「とろろ」; *toro* 「トロッ・とろっ」; *tororin* 「とろりん」; *torori* 「とろり」
22. *nebaneba* 「ネバネバ」
23. *para* 「パラッ」
24. *paripari* 「パリパリ・パリパリッ」; *pari* 「パリッ」
25. *piri* 「ピリッ・ピリ」; *piriri* 「ピリリ」
26. *buku* 「ぶくっ」; *fukkura* 「ふっくら」
27. *puchi* 「ぶちっ」
28. *puripuri* 「ぷりぷり・プリプリ」; *puri* 「プリッ」
29. *funwari* 「ふんわり」; *fuwafuwa* 「ふわふわ」; *fuwa* 「ふわっ・フワッ」
30. *pokapoka* 「ポカポカ」
31. *hokuhoku* 「ほくほく・ホクホク」
32. *ho* 「ほっ」; *hotteri* 「ほってり」
33. *poripori* 「ポリポリ」
34. *horo* 「ほろっ・ほろ」; *horohoro* 「ほろほろ」
35. *mochiri* 「もっちり」; *mochimochi* 「もちもち」; *mochi* 「もちっ・もち」 *mocchimochi* 「もっちもち」; *mocchi* 「もっち・モッチ」

La prima è composta da ideofoni misti, ovvero ideofoni dati dall'unione di due ideofoni completamente differenti tra loro. Diversamente, le seguenti trentaquattro sono composte da uno o più ideofoni morfologicamente diversi ma semanticamente simili.

Per esempio:

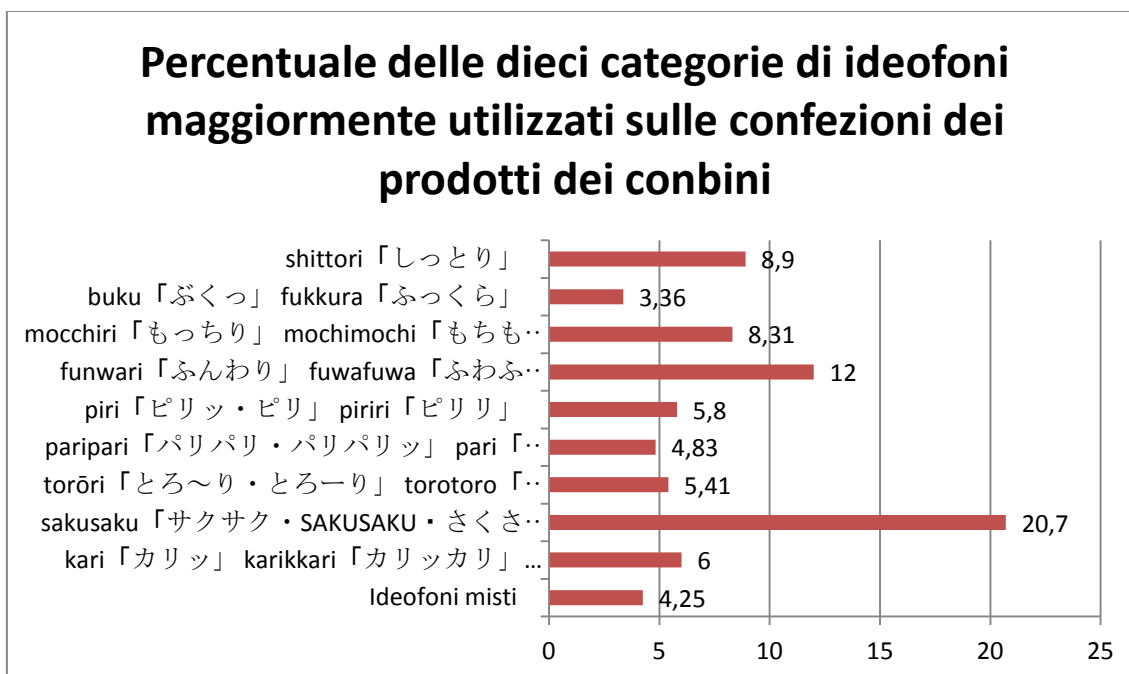
- *mochiri* 「もちり」 scritto in *hiragana* con enfaticizzazione su “*chi*”.
- *mochimochi* 「もちもち」 scritto in *hiragana* con ripetizione.
- *mochi* 「もちっ・もち」 scritto in *hiragana* senza ripetizione. Tuttavia c'è da notare la presenza di una piccolo “*tsu*” 「っ」 nel primo termine che serve ad enfaticizzare il “*to*” 「と」 avverbiale che potrebbe seguire.
- *mochimochi* 「もちもち」 scritto in *hiragana* con enfaticizzazione su “*chi*” e ripetizione.
- *mocchi* 「もちっ・モチ」 scritto nel primo caso in *hiragana* 「もちっ」, nel secondo caso in *katakana* 「モチ」 ed entrambi con enfaticizzazione su “*chi*”.

In questa categoria vi sono ben sette ideofoni morfologicamente diversi ma semanticamente simili, il cui significato è per tutti riconducibile ad un senso di morbidezza ed elasticità. Il motivo per cui esistono sette modi diversi per trasmettere significati affini è in relazione alle caratteristiche morfofonologiche spiegate nel capitolo precedente. Questi sette ideofoni indicano sette sfumature di significato diverso, in questo caso un'intensità ed un equilibrio tra morbidezza ed elasticità diverso per ogni ideofono.

Dunque la scelta di classificarli per tipologia è stata dettata da questa particolarità.

Essendo morfologicamente diversi ma semanticamente simili, riunirli in un unico gruppo ne rende più semplice sia la classificazione sia la comprensione.

Di queste trentacinque categorie qui di seguito è rappresentato il grafico delle dieci i cui ideofoni sono maggiormente presenti sui prodotti venduti nei *konbini* sopra citati e la percentuale con cui sono stati utilizzati.



Ordinandoli in ordine decrescente della loro percentuale di utilizzo si otterrà la seguente partizione:

- 20,70% *sakusaku* 「サクサク・SAKUSAKU・さくさく」 *saku* 「サクツ」 *zakuzaku* 「ざくざく・ザクザク」 *sakussaku* 「サクツサク」 *sakkuri* 「サククリ・さっくり」 *zaku* 「ザクツ・ザク」
- 12,00% *funwari* 「ふんわり」 *fuwafuwa* 「ふわふわ」 *fuwa* 「ふわっ・フワッ」
- 8,90% *shittori* 「しっとり」
- 8,31% *mocchiri* 「もっちり」 *mochimochi* 「もちもち」 *mochi* 「もちっ・もち」 *mocchimochi* 「もっちもち」 *mocchi* 「もっち・モッチ」
- 6,00% *kari* 「カリッ」 *karikkari* 「カリッカリ」 *karikari* 「カリカリ」
- 5,80% *piri* 「ピリッ・ピリ」 *piriri* 「ピリリ」

- 5,41 *torōri* 「とろ〜り・とろーり」 *torotoro* 「とろとろ」 *tororo* 「とろろ」 *toro* 「トロッ・とろっ」 *tororin* 「とろりん」 *torori* 「とろり」
- 4,82% *paripari* 「パリパリ・パリパリッ」 *pari* 「パリッ」
- 4,25% *norifuwa* 「のりふわ」 *karizaku* 「カリザク」 *karippori* 「カリッポリッ」 *sakupari* 「サクパリ」 *puchifuwa* 「プチふわ」 *paripori* 「パリポリ」 *sakuhoku* 「サクッホクッ」 *fuwatoro* 「ふわとろ」 *fuwamochi* 「ふわもちっ・ふわもち」 *mochifuwa* 「もちふわ」 *torofuwa* 「とろふわ」 *mochipuyo* 「もちぷよ」 *korohoro* 「ころほろ」 *toromocchi* 「とろもっち」 *punimochi* 「ぷにもち」
- 3,67% *buku* 「ぶくっ」 *fukkura* 「ふっくら」

Cade subito all'occhio come la percentuale della categoria composta da *sakusaku* ecc. rispetto alle altre sia estremamente più alta, pari al 20,70%. In altre parole, circa i due decimi di tutti i 406 prodotti analizzati, ovvero più di 80 alimenti, presentano sulle confezioni più di un ideofono appartenente a questa categoria, che indica una consistenza croccante e friabile.

Quello che risulta chiaro da questi risultati è che, tra i prodotti analizzati, quelli sulle cui confezioni sono maggiormente presenti gli ideofoni sono patatine e biscotti (v. appendice D).

Si è visto dunque un utilizzo degli ideofoni nei nomi, nelle descrizioni e sulle confezioni dei prodotti, simile a quello utilizzato in pubblicità. Ovvero, un utilizzo che li rende sia unici che comuni. Parole a cui il consumatore è abituato ma di cui si sente allo stesso tempo attratto. Per le tante sfumature che gli ideofoni portano, essi hanno anche una grande flessibilità di utilizzo ed è forse grazie a ciò che così tanti prodotti ne riportano uno o più di uno sulla confezione. Questo loro svariato utilizzo potrebbe essere legato ad un tentativo di invogliare ed attrarre il consumatore. In altre parole, potrebbe indicare la possibilità che abbiano qualche effetto positivo sulle vendite.

Nel capitolo seguente si cercherà di comprendere quali siano esattamente le motivazioni che hanno spinto le aziende produttrici ad utilizzarli. Sarà così possibile verificare se gli ideofoni abbiano effettivamente un ruolo rilevante all'interno del loro ambito d'utilizzo e si possano così ritenere una categoria lessicale "speciale".

## Capitolo tre

### Gli effetti degli ideofoni sulle vendite

Dopo la ricerca sul campo, realizzata tra marzo ed aprile 2015 nella città di Yokohama, all'interno dei *convenience store (konbini)*, ho ritenuto opportuno approfondire le motivazioni che hanno spinto i produttori ad utilizzare gli ideofoni sulle confezioni degli alimenti, inviando loro un breve sondaggio (v. appendice B), tramite mail, tramite il modello all'interno del sito aziendale o tramite lettera. Alle aziende a cui ho inviato il suddetto sondaggio via mail ho inizialmente chiesto se fossero disponibili a rispondere al questionario prima di inviarglielo, attraverso la mail in appendice A. Dopo aver ricevuto alcune risposte positive, ho inviato il sondaggio che hanno gentilmente compilato. Ugualmente ho fatto tramite i modelli dei siti aziendali. Tuttavia, essendo limitato il numero di caratteri da poter inserire, ho riassunto il contenuto della precedente mail in base al limite richiesto. Quindici sono le aziende che mi hanno inviato una risposta positiva:

- AMANOYA Co., Ltd
- Calbee, Inc.
- EZAKI GLICO CO, LTD
- FUJI BAKING Group
- Fujicco
- imuraya co., ltd
- Inoue-shokuhin Group 「井上食品株式会社」
- ITO-PAN
- Japan Frito-lay Ltd.

- KIBUN FOODS INC
- MORINAGA & CO., LTD
- Nagatanien Co, Ltd
- Nestle Group
- NH Food Ltd
- NISSIN FOODS HOLDINGS CO., LTD

Le aziende di cui non vi era alcun recapito se non l'indirizzo aziendale ho inviato direttamente il sondaggio, allegato alla lettera in appendice A, a cui hanno cordialmente risposto le seguenti aziende, che addizionando alle precedenti quindici fanno un totale di ventiquattro:

- Akagi Nyugyo Co., Ltd
- Kabaya Foods Corporation
- KOBEYA BAKING CO., LTD
- LOTTE Co., Ltd
- Marudai Food Co., Ltd
- NIKKOH.CO., LTD
- Oyatsu Company
- SUGIYO Co., LTD
- Tokai Pickling Co., Ltd

Anche se purtroppo non sono state molte le aziende disposte a collaborare, i risultati del sondaggio (v. appendice C per i grafici) sono stati ugualmente interessanti.

Alla prima domanda, ovvero "per quale motivo avete deciso di utilizzare gli ideofoni sulle confezioni?" si aveva la possibilità di scegliere anche più di una risposta. Di conseguenza, la maggior parte delle aziende ne ha indicate due, tre o tutte e quattro. In dettaglio, diciotto aziende, ovvero il 75% del totale, hanno risposto che uno dei motivi per cui hanno scelto di utilizzare gli ideofoni è stato per rendere il prodotto più attraente verso i clienti. Venti aziende, l'83,4%, hanno risposto che li hanno utilizzati per esprimere in modo più chiaro la consistenza del prodotto. Solo tre invece sono le aziende che hanno segnato come risposta <<per rendere il design del prodotto più accattivante>><sup>64</sup>. Ovvero circa il 12,5%. Inoltre, sempre una bassa percentuale (16,7% ) è stata quella delle quattro aziende che hanno indicato come risposta <<altro>>. Nel caso in cui venisse segnata anche questa risposta, ho chiesto di indicare in dettaglio quali fossero gli altri motivi che le avevano spinte ad utilizzare gli ideofoni sulle confezioni dei prodotti. Tuttavia, solo due delle quattro aziende hanno spiegato che il loro utilizzo è servito per rendere più chiaro al consumatore quali fossero le caratteristiche proprie del prodotto, per far sì che rimanga più impresso nel consumatore e per rendere il design più simpatico .

Alla luce dei risultati ottenuti si potrebbe affermare che il principale motivo per cui le aziende giapponesi di *okashi* (dolci, merendine, caramelle e snack) hanno scelto di utilizzare gli ideofoni sulle confezioni dei loro prodotti sia per esprimere in modo più chiaro la consistenza del prodotto. In altre parole, si può affermare che attraverso il loro uso, la descrizione del prodotto stesso diventa più chiara al consumatore, che nonostante non possa aprire la confezione e constatarne con le sue stesse mani la morbidezza o la croccantezza, può immaginare chiaramente attraverso un senso comune degli ideofoni quale sia il suo effettivo aspetto.

---

<sup>64</sup> Per il testo del questionario, con relativa traduzione, vedere appendice B.

Alla seconda domanda, in cui si chiedeva se vi fossero differenze tra i prodotti su cui venivano utilizzati gli ideofoni e i prodotti su cui non venivano utilizzati, escludendo un'azienda astenuta, solo una ha dato risposta negativa. In altre parole ben ventidue aziende su ventiquattro hanno affermato che vi è una differenza tra i prodotti su cui venivano utilizzati gli ideofoni e i prodotti su cui non venivano utilizzati. Si può quindi affermare, quasi con completa certezza, che il loro uso sia un elemento rilevante nella realizzazione delle confezioni. Il fatto che il 91,7% delle poche aziende che hanno collaborato alla ricerca indichino una differenza tra i prodotti con o senza ideofoni, implica l'importanza del loro utilizzo. Per questo motivo successivamente, in base alla risposta data, l'azienda poteva proseguire verso la terza o la quarta domanda. Nel caso dell'unica azienda che ha negato una qualche differenza tra i prodotti con e senza l'uso degli ideofoni, proseguendo verso la quarta domanda, ovvero "qualora pensiate non vi sia differenza tra prodotti le cui confezioni hanno gli ideofoni e quelli le cui confezioni non li hanno, per quale ragione li utilizzate?" è stata data una risposta molto vaga. Affermano di aver utilizzato gli ideofoni solo per esprimere al meglio le caratteristiche del prodotto al consumatore. Ritengo che si possa definire una risposta vaga in quanto mi viene da chiedermi: qualora pensiate non vi siano differenze allora perché utilizzarli su alcuni prodotti e su altri no? Perché esprimere al meglio al consumatore le caratteristiche di alcuni prodotti e non di altri? In pratica, in ogni caso, con l'utilizzo o meno degli ideofoni si viene a creare una differenziazione del prodotto.

Passando alla terza domanda, rivolta a chi ritenga ci siano differenze tra i prodotti sulla cui confezione sono stati utilizzati gli ideofoni e i prodotti sulle cui confezioni invece non vengono utilizzati, che chiedeva se questa differenza riguardasse o meno le vendite, su ventidue aziende sedici hanno risposto affermativamente e solo sei negativamente.

Parlando in termini di percentuale vediamo il 72,7% contro il 27,3%. In poche parole, il

72,7% delle aziende ritiene che l'uso degli ideofoni sia un elemento rilevante nell'andamento delle vendite del prodotto stesso. Nello spazio relativo alla spiegazione della risposta data, molte aziende si sono limitate a spiegare come l'uso degli ideofoni renda il prodotto più familiare, aiuti a comprenderne meglio le caratteristiche nonostante non lo si sia mai assaggiato e renda il prodotto più facilmente acquistabile dal consumatore. Di conseguenza l'aumento delle vendite è anche influenzato dall'utilizzo degli ideofoni.

Ma tra le tante spiegazioni ve ne sono in particolare alcune che ritengo degne di nota e che ho deciso di riportare di seguito.

「オノマトペを商品パッケージに使用する理由は、その商品の特徴を消費者に容易にイメージさせることができ、ザクッザク=歯ごたえがあり、食べごたえがありそう。サクッサク=少し軽やかで、ちょっとつまむのによさそうといったように一言で多数な消費者シーンを伝える効果があると考えております」（ネスレ日本株式会社 コンフェクショナリー事業部 マーケティング部 名塩 元様）

"Il motivo per cui utilizziamo gli ideofoni sulle confezioni è per far sì che il consumatore riesca facilmente ad immaginare quali possano essere le principali caratteristiche del prodotto. Per esempio *zakuzzaku* indica croccantezza. *Sakussaku* invece indica friabilità. Riteniamo che con il solo utilizzo di una parola vi siano degli effetti positivi su un gran numero di consumatori" (Nestle Group, sezione confezionamento, ufficio marketing, Nashio Gen) (Traduzione a cura dell'autore)

「商品の品質をイメージしやすくするため」 (フジッコ株式会社 村山  
敦子様)

"Per far sì che sia più facile immaginare la qualità del prodotto" (Fujicco,  
Murayama Atsuko)(Traduzione a cura dell'autore)

「消費者がその商品の味や食感をイメージしやすくなり、購買意欲の向  
上につながる」 (株式会社スギヨ 商品部 高野 悦子様)

"Rende più semplice per il consumatore immaginare il sapore e la consistenza del  
prodotto. In più è collegabile ad un incremento del desiderio di consumo"  
(SUGIYO Co., LTD, reparto merci, Takano Etsuko)(Traduzione a cura dell'autore)

「日本の中に心地良く感じられるオノマトペが習慣的に存在しており、  
それを使うことで商品の中身がイメージしやすくなり、魅力度が上がり、  
販売増につながるものと考えています」 (株式会社おやつカンパニー  
渋谷 直隆様)

"In Giappone gli ideofoni vengono percepiti in modo così familiare e sono così  
presenti nella quotidianità, che utilizzandoli si ritiene diventi più semplice  
immaginare il contenuto della confezione, aumenti il livello di attrattiva del  
prodotto e che quindi il loro uso possa essere ricollegato ad un incremento delle  
vendite" (Oyatsu Company, Shibuya Naotaka)(Traduzione a cura dell'autore)

Ugualmente interessanti anche altri due commenti di due aziende che spiegano i motivi  
per cui hanno deciso di utilizzare gli ideofoni nonostante non ritengano affatto che  
questi possano avere ripercussioni sull'andamento delle vendite del prodotto.

「消費者が商品をイメージしやすい」 (丸大食品株式会社)

"Per il consumatore risulta più semplice immaginare il contenuto" (Marudai Food Co., Ltd) (Traduzione a cura dell'autore)

「お客様への商品のイメージ、親しみやすさが増やすように思っております」 (株式会社 天乃屋 管理部 長田 大輔様)

"Riteniamo contribuisca ad aumentare la familiarità con il prodotto e ad immaginarne il contenuto" (AMANOYA Co., Ltd, amministrazione, Nagata Daisuke) (Traduzione a cura dell'autore)

Nonostante tutte queste spiegazioni da parte delle aziende possano sembrare differenti tra loro, presentano un punto in comune: il termine “immagine”, *imēji* in giapponese. *Imēji* è un *gairaigo*, ovvero una parola non di origine giapponese, ma di origine straniera introdotta nella lingua ed utilizzata quotidianamente come termine d'uso comune. Il termine *imēji* deriva dall'inglese *image*. Ma, *imēji* in questo caso viene utilizzato come un *suru dōshi*<sup>65</sup>, un verbo e prende quindi il significato di “dare l'immagine” o "suscitare una sensazione".

Possiamo da questo dedurre che gli ideofoni siano strettamente legati all'immaginazione, all'immagine che si crea nella mente del parlante e dell'ascoltatore quando vengono utilizzate. In altre parole, gli ideofoni posseggono rilevanti caratteristiche morfofonologiche che vanno al di là del solo significato lessicale del termine. Un ideofono ha in se un immaginario collettivo condiviso da quasi tutta la popolazione giapponese. Non è semplicemente un avverbio con la sola funzione di coadiuvare una descrizione (Mastrangelo, 2006) ma è un termine in grado di suscitare sia nel parlante

---

<sup>65</sup> I *suru dōshi* sono verbi composti, dati dall'unione tra un nome e il verbo *suru* ("fare"). Es. 運動する *undō suru* (fare attività fisica); 料理する *ryōri suru* (cucinare); 話す *hanashi suru* (parlare).

che nell'ascoltatore emozioni e sensazioni nate dall'immagine portata alla mente dall'ideofono stesso. Per questo motivo il loro utilizzo non solo sulle confezioni degli alimenti ma anche nelle pubblicità televisive, nelle riviste e nei cartelloni pubblicitari aiuta nell'incremento delle vendite. L'ideofono attira l'attenzione del consumatore e fa sì che presti attenzione alla pubblicità stessa.

Riassumendo, attraverso i risultati del sondaggio a cui hanno gentilmente risposto ventiquattro aziende, è stato possibile affermare che uno dei motivi principali per cui vengono utilizzati gli ideofoni sulle confezioni di alcuni loro prodotti è per esprimere in modo più chiaro la consistenza del prodotto e per renderlo più attraente verso i clienti, e che, secondo le aziende stesse, l'aumento delle vendite sia anche influenzato positivamente dall'utilizzo degli ideofoni.

## Conclusione

Nella prima parte si è dato uno sguardo ad ampio raggio sugli ideofoni, definendoli in italiano come non solo imitazioni di suoni e rumori (*din don dan, brum brum* ecc), ma anche come imitazioni di suoni e rumori con inserimento nella struttura fonomorfologica dell'italiano (miagolare, abbaiare, scrosciare ecc.); nella lingua africana ewe come "parola immagine", ovvero verbi, avverbi o aggettivi che traducono un'impressione in un suono; nella lingua africana wolaitta come aggettivi qualificativi, aggettivi descrittivi o verbi caratterizzati da una corrispondenza tra suono e significato con regole di composizione estremamente rigide; in inglese come parole, dette "sound-symbolic words", il cui suono sembra collegato ad un oggetto del mondo reale; e in giapponese come *onomatope*, ovvero *giongo* (parole che rappresentano sia voci sia suoni prodotti dall'uomo sia suoni e rumori prodotti dai fenomeni naturali e dagli animali e quindi suoni udibili), e *gitaigo* (parole che rappresentano una situazione o uno stato fisico e quindi non udibili).

È interessante tenere presente alcune similitudini tra gli ideofoni delle lingue analizzate. Innanzitutto quelli utilizzati nelle lingue africane e quelli utilizzati nella lingua giapponese posseggono entrambi particolari caratteristiche morfofonologiche e fonotattiche. Infatti, come visto nel capitolo uno della prima parte dell'elaborato, nella lingua ewe il registro tonale può essere diversificato per indicare un diverso tipo di significato. Similmente, come già ampiamente descritto nel capitolo tre della prima parte, in giapponese, a seconda della sua struttura (raddoppiamenti, uso di suffissi, more enfatiche, presenza di consonanti sorde o sonore ecc.) l'ideofono prende diverse sfumature di significato. Inoltre, così come nella lingua wolaitta la struttura fonotattica degli ideofoni segue regole molto rigide, anche nella lingua giapponese si ha una costruzione a livelli estremamente regolare.

Altrettanto importante notare che gli ideofoni utilizzati nella lingua italiana sono simili, se non identici, a quelli inglesi (considerando anche che alcuni sono proprio prestiti linguistici).

In altre parole gli ideofoni si possono suddividere geograficamente in quelli utilizzati nei Paesi Europei e quelli utilizzati nei Paesi dell'Asia e dell'Africa mediterranea, come due tipologie diverse. Da un lato utilizzati come nomi, verbi o avverbi ma non con particolare frequenza (Europa). Dall'altro utilizzati in molte più categorie lessicali e con molta più frequenza (Asia e Africa mediterranea), tanto che nella lingua ewe anche ringhiare e ansimare vengono considerati ideofoni.

Studiare gli aspetti antropologici che hanno portato a questa suddivisione nelle diverse aree geografiche sarebbe, a mio parere, un argomento estremamente interessante.

Successivamente, dopo aver dato un breve scorcio di storia dell'uso degli ideofoni nei testi scritti giapponesi, si è notato che essi venivano trascritti in *man'yōgana*, quindi in quella tipologia di scrittura riservata ai termini che non si potevano assolutamente sbagliare, come i nomi dei luoghi o delle divinità. Per tale motivo ho pensato che forse gli ideofoni potessero essere considerati, non solo in passato ma ancora oggi, una categoria lessicale "speciale" rispetto alle altre.

Di conseguenza, nella seconda parte, ho analizzato i modi d'uso degli ideofoni in due ambiti circoscritti: nelle pubblicità televisive, mettendoli a confronto con quelli fatti di altre categorie lessicali e sulle confezioni dei prodotti dei *konbini*.

Si è così concluso che i seguenti usi degli ideofoni nelle pubblicità non sono una loro prerogativa, tuttavia solo gli ideofoni li riscontrano tutti e nove.

1. Cantato

- a. ideofoni utilizzati come fulcro di una canzone che è il fulcro stesso della pubblicità con base musicale (canzone composta completamente o parzialmente da ideofoni);
- b. ideofoni utilizzati come fulcro di una canzone che è fulcro stesso della pubblicità senza base musicale;
- c. ideofoni utilizzati come fulcro di una canzone che fa da sfondo musicale alla pubblicità;
- d. ideofoni utilizzati in un jingle fisso per ogni pubblicità dello stesso prodotto.

## 2. Parlato

- a. enfattizzazione dell'ideofono tramite il cambiamento nel tono della voce, la mimica del corpo per esprimerne il significato o entrambi;
- b. ripetizione continua dell'ideofono;
- c. utilizzo dell'ideofono nei giochi di parole.

## 3. Scritto

- a. ideofoni scritti in pubblicità con ideofoni cantati;
- b. ideofoni scritti in pubblicità con ideofoni parlati.

Inoltre, analizzando la tipologia degli ideofoni presenti sulle confezioni dei prodotti dei *konbini* (presenti nel nome, nella descrizione del prodotto o a lato a mo' d'abbellimento) ci si è chiesto se forse il loro largo uso potesse essere stato fatto con lo scopo di invogliare il consumatore e quindi incrementare le vendite. Per rispondere a tale quesito ho realizzato una vera e propria ricerca di mercato inviando un sondaggio a diverse aziende produttrici dei suddetti alimenti. Sulla base dei dati delle ventiquattro aziende che hanno gentilmente risposto al sondaggio, si è potuto concludere che uno dei motivi

principali per cui vengono utilizzati gli ideofoni sulle confezioni di alcuni prodotti è per esprimerne in modo più chiaro la consistenza e per rendere il prodotto stesso più attraente verso il consumatore. Inoltre è emerso che, proprio il loro uso, influenza positivamente l'incremento delle vendite.

Tuttavia, questo è solo il punto di vista di chi idea, produce e mette in vendita il prodotto. Sarebbe interessante verificare se il consumatore percepisca effettivamente la presenza dell'ideofono come qualcosa di utile, attraente e quindi che preferisca un prodotto sulla cui confezione appaia che uno su cui invece no.

## Appendici

### APPENDICE A

TESTO INVIATO VIA MAIL

件名： アンケートのお願い（横浜市立大学留学生・ヴァレリア・クリスクオロ）

〇〇会社御中

はじめてメールで御連絡いたしますことをお許してください。

私は、イタリアのヴェネチア大学から来ました横浜市立大学の留学生のヴァレリア・クリスクオロです。

この度、卒業論文で貴社の製品戦略にかかわる表現の研究しております。

製品のパッケージに使用されている擬音語や擬態語について、アンケートをお願いしたく存じます。

擬音語・擬態語を「オノマトペ」と言いますが、私は日本に来て一番関心を抱いたのが、日本人が使う言語表現としての「オノマトペ」です。

外国人からしますと、「オノマトペ」のニュアンスを理解することは大変難しいですが、日本の中ではあらゆる場面に「オノマトペ」が登場します。

そこで、日本における「オノマトペ」の歴史や実態を研究テーマに選びました。

特に、日本の代表的な製菓やおつまみに関して使用されている「オノマトペ」を具体例に研究を進めております。

そのため、複数の製菓会社にアンケート協力をお願いしております。

つきましては、大変恐縮いたしますが、お願いしたいアンケート内容を貴社へお送りしたく、お問い合わせメールアドレスを教えてくださいませんか。

お忙しくされているところ、誠に厚かましいお願いではございますが、どうか貴社のご意見をヴェネチア大学での日本研究に反映させていただきたく、よろしくご配慮くださいませ。

何か質問などございましたら、下に示したメールアドレスまで御連絡ください。

\*\*\*\*\*@gmail.com

また、アンケート結果につきましては、改めて御連絡いたしますので、ご担当者様の連絡先も頂戴できましたら、大変ありがたく存じます。

お手数をおかけ致しますが、どうぞよろしくお願い申し上げます。

横浜市立大学・国際総合科学部

(ベネチア大学)

ヴァリレア・クリスクオロ

Oggetto: Richiesta di sondaggio (Criscuolo Valeria, studentessa in scambio presso la Yokohama City University)

Azienda ○○

Mi scuso per la mail improvvisa.

Mi chiamo Criscuolo Valeria, studentessa dell'università Ca' Foscari di Venezia, attualmente in scambio presso la Yokohama City University.

In questo momento, per la stesura della tesi, sto realizzando una ricerca anche sui Vostri prodotti.

Per questo motivo vorrei chiedere la possibile collaborazione per un sondaggio riguardo gli ideofoni utilizzate sulle loro confezioni.

Arrivata in Giappone ho iniziato ad interessarmi agli ideofoni, spesso utilizzati dai giapponesi.

Per noi stranieri sono di difficile comprensione, nonostante vengano utilizzate in diversi contesti.

Dunque come tema per la mia tesi ho scelto di trattare proprio degli ideofoni nella lingua giapponese, della loro storia e del loro attuale utilizzo.

In questo momento sto portando avanti una parte di ricerca riguardante l'utilizzo degli ideofoni su snack e merendine (*okashi*).

Per tale motivo sto chiedendo la collaborazione di diverse aziende.

Chiedo scusa per il disturbo, tuttavia se potessi ricevere una mail a cui poter inviare il sondaggio, Vi sarei molto grata.

Il Vostro parere sarà molto prezioso per la mia ricerca all'università Ca' Foscari.

In caso di domande Vi prego di contattarmi al seguente indirizzo:

\*\*\*\*\*@gmail.com

Vi invierò i risultati della ricerca una volta terminata la classifica dei risultati.

Attendo con ansia una Vostra risposta.

Cordiali saluti.

Criscuolo Valeria

Yokohama City University

International College of Arts and Sciences

(Ca' Foscari University)

## TESTO INVIATO VIA LETTERA

〇〇会社御中

はじめにお手紙さしあげますことをお許してください。

私は、イタリアのヴェネチア大学から来ました横浜市立大学の留学生のヴァレリア・クリスクオロと申します。現在、卒業論文で貴社の製品戦略にかかわる表現の研究しております。この件に関しまして貴社にお願いがございましてお手紙差し上げました。擬音語・擬態語を「オノマトペ」と言いますが、私は日本に来て一番関心を抱いたのが、日本人が使う言語表現としての「オノマトペ」です。

外国人からしますと、「オノマトペ」のニュアンスを理解することは大変難しいですが、日本の中ではあらゆる場面に「オノマトペ」が登場します。そこで、日本における「オノマトペ」の歴史や実態を研究テーマに選びました。

特に、日本の代表的な製菓に関して使用されている「オノマトペ」を具体例に研究を進めております。

つきましては、複数の製菓会社にアンケート協力をお願いしております。

そこで大変恐縮なのですが、製品のパッケージに使用されている擬音語や擬態語について、アンケートをお願いしたく存じます。

もしよろしければ、同封のアンケートをお願いできませんでしょうか。

お忙しくされているところ、誠に申し訳ございませんが、どうか貴社のご意見を研究に反映させていただきたく存じます。

何かご質問などございましたら、下に示したメールアドレスまで御連絡くだされば幸いです。

\*\*\*\*\*@gmail.com

アンケート結果につきましては、改めて御連絡いたしますので、ご担当者様の連絡先も頂戴できましたら、大変ありがたく存じます。

お手数をおかけ致しますが、どうぞよろしくお願い申し上げます。

末筆ではございますが、貴社のますますのご発展を祈念いたします。

横浜市立大学・国際総合科学部

(ベネチア大学)

ヴァリレア・クリスクオロ

Azienda ○○

Mi scuso per la lettera improvvisa.

Mi chiamo Criscuolo Valeria, studentessa dell'università Ca' Foscari di Venezia, attualmente in scambio presso la Yokohama City University. In questo momento, per la stesura della tesi, sto realizzando una ricerca anche sui Vostri prodotti. In proposito Vi scrivo questa lettera per chiedere la Vostra collaborazione. Arrivata in Giappone ho iniziato ad interessarmi agli ideofoni, spesso utilizzati dai giapponesi.

Per noi stranieri sono di difficile comprensione, nonostante vengano utilizzate in diversi contesti.

Dunque come tema per la mia tesi ho scelto di trattare degli ideofoni nella lingua giapponese, della loro storia e del loro attuale utilizzo.

In questo momento sto portando avanti in modo particolare una parte di ricerca riguardante il loro utilizzo su snack e merendine (*okashi*).

Per tale motivo sto chiedendo la collaborazione di diverse aziende.

Mi chiedevo dunque se potessi ricevere anche la Vostra collaborazione nel rispondere al sondaggio allegato.

Chiedo scusa per il disturbo, tuttavia se potessi ricevere anche il Vostro parere, Vi sarei molto grata.

In caso di domande Vi prego di contattarmi al seguente indirizzo:

[\\*\\*\\*\\*\\*@gmail.com](mailto:*****@gmail.com)

Vi invierò i risultati della ricerca una volta terminata la classifica dei risultati.

Attendo con ansia una Vostra risposta. Cordiali saluti.

Criscuolo Valeria  
Yokohama City University  
International College of Arts and Sciences  
(Ca' Foscari University)

## APPENDICE B

オノマトペが使われている商品についてのアンケート

Criscuolo Valeria

クリスクオロ・ヴァレリア

横浜市立大学国際総科学部

国際教養学系国際文化コース

(ヴェネチア大学・留学生)

コンビニエンスストアで販売されている貴社の商品のパッケージにはオノマトペ（擬音語・擬態語）が書かれています。ヴェネチア大学に提出する日本研究として食品のオノマトペをテーマにしております。誠にお手数をおかけいたしますが、貴社の商品に関わるオノマトペに関して、アンケートをお願いしております。お忙しくされているところ恐縮いたしますが、以下のアンケートにお答えくださると大変有り難く存じます。

貴社名/ご担当者の様お名前

【  
】

御連絡先/email

【  
】

1. なぜオノマトペを食品のパッケージに使おうと思いましたか。次の  
選択肢からお選びください。いくつ選択しても構いません。

- 商品の魅力的が上がるため
  - 食品の食感を表しやすくするため
  - パッケージのデザインを目立つようにするため
  - その他（この場合詳しく書いてください）
- 
- 
- 

2. オノマトペが使われている商品と使われていない商品を比較して、  
効果が違うと思われることがありますか。

- はい（3質問へ）
- いいえ（4質問へ）

3. その違いは売り上げに関することですか？

- はい
- いいえ

どちらを選択しても、その内容について説明してください。

---

---

4. 違う点がないとお考えの場合、なぜ製品にオノマトペを使おうとお思い  
になりましたか？

---

---

以上です。

御協力ありがとうございました。

この結果は集計の上、イタリア帰国後（2015年秋以降）にお伝えいたします。

もしよろしければ、送付先のご担当者様のお名前および email アドレスを以下  
にご記入くださいませ。

お名前

Email

SONDAGGIO SULL'UTILIZZO DEGLI IDEOFONI SULLE CONFEZIONI DI  
SNACK E MERENDINE

Criscuolo Valeria

Yokohama City University

International College of Arts and Sciences

(studentessa in scambio dall'Università Ca' Foscari Venezia)

Su molte confezioni dei prodotti in vendita nei *convenience store* è possibile notare l'utilizzo di ideofoni. Essendo uno dei punti fondamentali della mia tesi proprio il loro utilizzo effettivo ed attuale, chiedo gentilmente di compilare il seguente sondaggio. Vi ringrazio anticipatamente per la collaborazione.

Nome dell'azienda e dell'incaricato

【  
】

Contatto/e-mail

【  
】

1. Per quale motivo avete deciso di utilizzare gli ideofoni sulle confezioni?

Scegliere tra le seguenti risposte ed indicarne anche più di una se necessario.

- Per rendere il prodotto più attraente
- Per esprimere in modo più chiaro la consistenza del prodotto
- Per rendere il design del prodotto più accattivante
- Altro (specificare)

---

---

---

2. Confrontando i prodotti le cui confezioni hanno e non hanno gli ideofoni, pensate vi possa essere qualche differenza?

- Si (alla domanda 3)
- No (alla domanda 4)

3. Questa differenza riguarda le vendite?

- Si
- No

In entrambi i casi Vi prego di spiegare in dettaglio.

---

---

---

---

4. Qualora pensare non vi sia differenza tra prodotti le cui confezioni hanno gli ideofoni e quelli le cui confezioni non li hanno, per quale ragione li utilizzate?

---

---

Vi ringrazio per la collaborazione.

I risultati vi saranno inviati successivamente al mio rientro in Italia (autunno 2015).

Se si desidera riceverli indicare nome, cognome e e-mail.

Nome e cognome

Email

## APPENDICE C

### RISULTATI DEL SONDAGGIO (V. APPENDICE A) SULL'UTILIZZO DELLE ONOMATOPEE DA PARTE DELLE AZIENDE GIAPPONESI

Grafico 1.1 I motivi che hanno spinto le aziende giapponesi ad utilizzare ideofoni sulle confezioni dei loro prodotti.

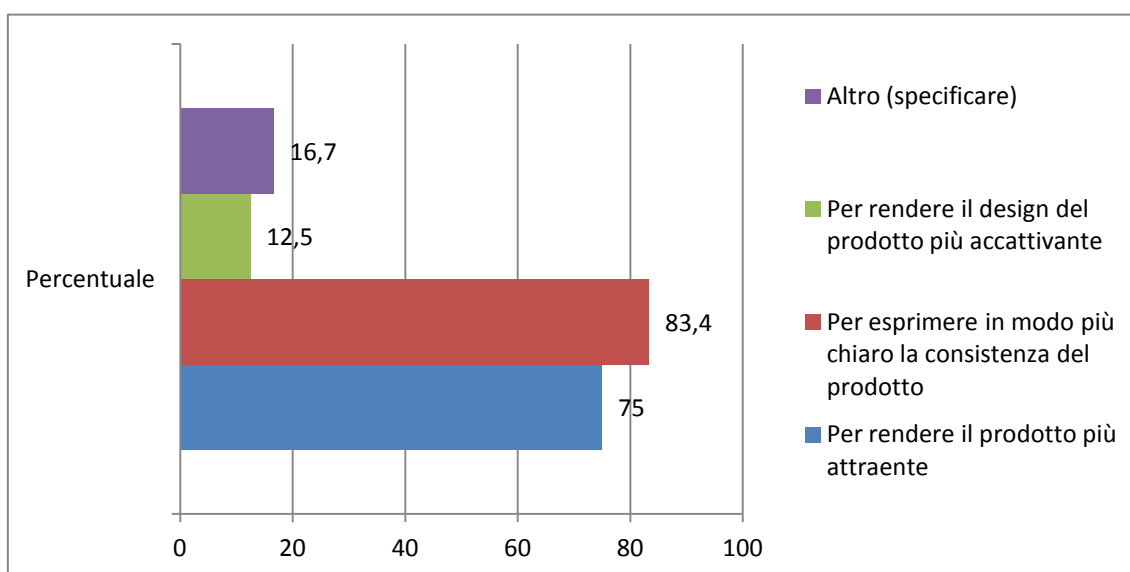


Grafico 1.2 Percentuale delle aziende che ritengono vi siano o meno differenze tra i prodotti su cui vengono utilizzati gli ideofoni e i prodotti sulle cui confezioni non vengono utilizzate.

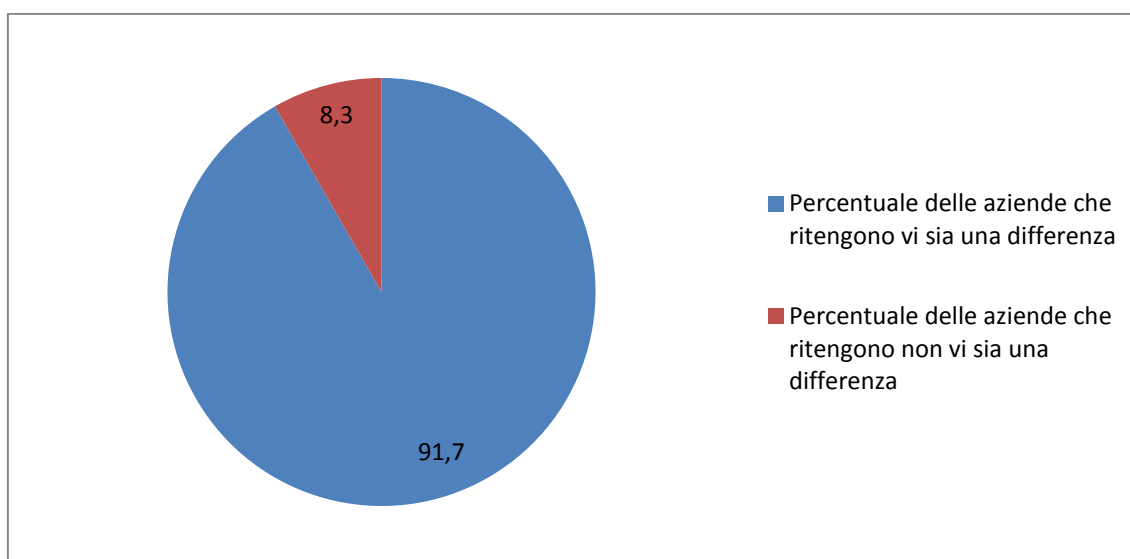
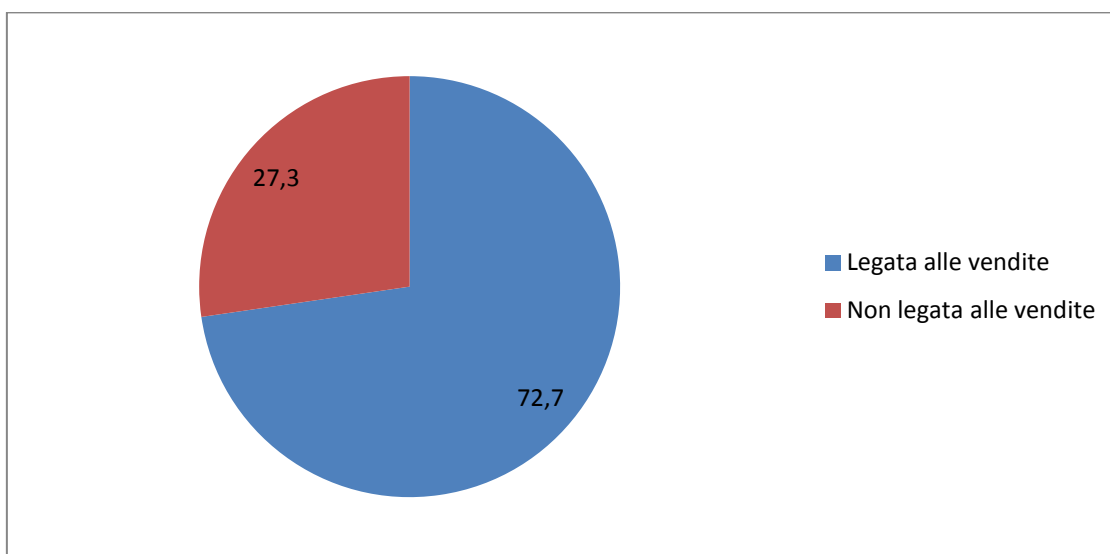


Grafico 1.3 Percentuale delle aziende che ritengono o meno che la differenza tra i prodotti con gli ideofoni e i prodotti senza sia legata alle vendite.



## APPENDICE D

### PRODOTTI DEI *KONBINI* SULLE CUI CONFEZIONI SONO STATE UTILIZZATI IDEOFONI

Prodotti reperibili in qualsiasi *konbini*

1. “*Hieshirazu*” *san no shōga tonjiru* 『「冷え知らず」さんの生姜とん汁』  
Nagatanien Co., Ltd Zuppa pronta con carne di maiale e zenzero.
2. “*Knorr sūpu*” *potāju* 『「クノール® スープ」ポタージュ』  
AJINOMO CO., INC Zuppa pronta alle patate.
3. 『ALMOND CHOCOLATE』 LOTTE Co., Ltd Cioccolatini alle  
mandorle.
4. 『Almond Slice』 Meiji Co., Ltd Fette di cioccolato alle mandorle.
5. 『Caplicocot』 GLICO CO., LTD Cioccolatini.
6. 『Cheese Bit』 Calbee, Inc. Patatine.
7. 『Crunky』 LOTTE Co., Ltd Cioccolato croccante alle nocciole.
8. 『Kit Kat』 Nestle Group
9. 『Macadamia Caraméliser』 LOTTE Co., Ltd Cioccolato alla  
macadamia.
10. *BAKE Chokora, kukkī & kurīmu aji* 『BAKE チョコラ・クッキー&ク  
リーム味』 MORINAGA & CO., LTD Biscotto a cioccolato e crema.
11. *Baransu appu genmai buran burūberī, kurīmu chīzu* 『バランスアップ玄  
米ぶらん ブルーベリー・クリームチーズ』 ASAHI FOOD &  
HEALTCARE CO., LTD Barrette dietetiche ai gusti mirtilli e crema al  
formaggio.
12. *Bebii staa dodekai rāmen chikin, konsome* 『ベビースタードデカイラー  
メン チキン・コンソメ』 Oyatsu Company Salatini a forma si  
spaghetti come quelli istantanei dei cup noodles ai gusti pollo e brodo.

13. *Bitte Orijinaru chokora, shokora amando* 『Bitte オリジナルショコラ・ショコラアマンド』 GLICO CO., LTD Merendine al cioccolato con o senza mandorle.
14. *Choi pote yakishio aji* 『ちょいポテ 焼きしお味』 Tohato Inc.  
Patatine.
15. *Chōjuku* 『超熟』 Pasco Shikishima Corporation Fette di pancarré.
16. *Choko monaka janbo* 『チョコモナカジャンボ』 MORINAGA & CO., LTD Gelato biscotto alla vaniglia.
17. *Dorai sō & chīzu* 『ドライソー&チーズ』 Marudai Food Co., Ltd Confezione merenda con salamini e formaggio.
18. *DORITOS ROYAL Rich Butter, tandorī chikin aji, ahījo aji, wasabi & bīfu aji, kīmakarē aji* 『DORITOS ROYAL Rich Butter・タンドリーチキン味・アヒージョ味・わさび&ビーフ味・キーマカレー味』 Japan Frito-lay Ltd. Patatine ai gusti burro, pollo, zuppa gamberetti e funghi, bistecca e *wasabi* e infine *curry*.
19. *Ebi no hana* 『海老の華』 *Honda seika kabushiki gaisha* ホンダ製菓株式会社 *Senbei*<sup>66</sup> al gusto gamberetti.
20. *Funwari hoippu kasutādo purin* 『ふんわりホイップカスタードプリン』 MORINAGA & CO., LTD Panna cotta.
21. *Furugura kuromame kinako aji, toropicaru kokonattsu aji, ōkime ichigo, ōkime mango* 『フルグラ 黒豆きなこ味 トロピカルココナッツ味 大きめいちご 大きめマンゴー』 Calbee, Inc. Cereali a vari gusti: con fagioli di soia neri e farina di soia tostata, al cocco, con pezzettoni di fragole e infine con pezzettoni di mango.
22. *Fuwa fuwa sufure hoippu kasutādo, nama choko kurīmu* 『ふわふわスフレホイップカスタード・生チョコクリーム』 Yamazaki Baking Co., Ltd Merendina ripiena o di panna montata o di cioccolato.
23. *Galbo mini tsubuneri ichigo, koku fukai matcha, horoniga burakku* 『galbo mini つぶ練り苺 コク深い抹茶 ほろにがブラック』 Meiji Co., Ltd Cioccolatini a tre gusti diversi: alla fragola, al the verde e al fondente.

---

<sup>66</sup> Cracker di riso.

24. *Ganko age poteto kobashi shio aji, amakara okoge shōyū aji, Kyūshū umakuchi shōyū aji, nori shio* 『頑固あげポテト 香ばし塩味・甘辛おこげ醤油味・九州うまうちしょうゆ味・のり塩』 Koikeya Co., Ltd  
Patatine a vari gusti: semplice con sale, alla salsa di soia agrodolce, alla salsa di soia del Kyūshū e infine alle alghe e sale.
25. *Gizakkuru* 『ぎざっくる』 Japan Frito-lay Ltd. Patatine a forma di mulinello.
26. *Gorotto kajitsu daiburi mikan* 『ごろっと果実大ぶりみかん』 Tarami Corporation Gelatina al mandarino con pezzi.
27. *Hotate mayo aji* 『帆立マヨ味』 IWATSUKA CONFECTIONERT CO., LTD Patatine alla maionese.
28. *Ippon manzoku bā shiriaru choko, shiriaru howaito, banana taruto, chokotaruto, chiizu taruto* 『一本満足バー シリアルチョコ・シリアルホワイト・バナナタルト・チョコタルト・チーズタルト』 ASAHI FOOD & HEALTCARE CO., LTD Barretta di cioccolato. Ai gusti cereali e cioccolato, cereali e cioccolato bianco, cheese cake alla banana, cheese cake al cioccolato e infine cheese cake semplice.
29. *Jagariko sarada, jagabataa, tarakobatā, chiizu* 『じゃがりこ サラダ・じゃがバター・たらこバター・チーズ』 Calbee, Inc. Patatine ai gusti insalata, patate e burro, caviale e burro e infine formaggio.
30. *Karakuchi chigiri atarime* 『辛口ちぎりあたりめ』 JOKKI CO., LTD Seppie essicate piccanti.
31. *Kāru sutikku hōjun usu aji, honkaku karē aji, zeitaku chīzu aji* 『カールスティック 芳醇うす味・本格カレー味・贅沢チーズ味』 Meiji Co., Ltd Patatine stick a vari gusti: leggermente speziate e al *curry* e formaggio.
32. *Chikkin rāmen poteto chippusu* 『チキンラーメンポテトチップス』 Koikeya Co., Ltd Patatine al gusto *rāmen* di pollo.
33. *Knorr funwari tamago sūpu* 『クノール® ふんわりたまごスープ』 AJINOMO CO., INC Zuppa pronta all'uovo.
34. *Korōn to karafuru ume, kuchidoke kinako, kuchidoke kakao, uji matcha* 『ころ〜んとからふる 梅・くちどけきなこ・くちどけカカオ・宇治抹茶』 Bourbon Corporation Japan Cioccolatini ripieni con vari gusti: alla prugna, alla farina di soia tostata, al cioccolato e al the verde di Uji.

35. *Kyō no kudamano koi daimanzoku mikan* 『今日のくだまの 濃い大満足みかん』 Maruha Nichiro Corporation Gelatina al mandarino.
36. *Kyūri no kyūchan* 『きゅうりのキューちゃん』 Tokai Pickling Co., Ltd Cetrioli sottaceto.
37. *Meiji Hokkaidō tokachi kamanbēru chīzu* 『明治北海道十勝カマンベールチーズ』 Meiji Co., Ltd Formaggio camembert.
38. *Norishio endō* 『のり塩えんどう』 KASUGAI SEIKA Piselli verdi essiccati.
39. *Okinawa soba no meiten sashimoto shokudō* 『沖縄そばの名店さしもと食堂』 TOYO SUISAN KAISHA, LTD *Soba*<sup>67</sup> istantanea.
40. *Orību oiru poteto chippusu ricchi peppā* 『オリーブオイルポテトチップス リッチペッパー』 Calbee, Inc. Patatine all'olio d'oliva ricche di pepe.
41. *Pari pari koiwashi umashio aji, dashi shōyū aji, konsome aji* 『パリパリこいわし 旨塩味・だし醤油味・コンソメ味』 井上食品株式会社 Pesciolini essiccati conditi in vario modo: al sale, alla salsa di soia e al gusto brodo.
42. *Piza poteto* 『ピザポテト』 Calbee, Inc. Patatine alla pizza.
43. *Pocky otona no miruku* 『Pocky 大人のミルク』 GLICO CO., LTD Grissini sottilissimi ricoperti di cioccolato al latte. Definibili i Mikado originali.
44. *Porute chīsana monburan shitate* 『ポルテ ちいさなモンブラン仕立て』 Meiji Co., Ltd Gelati della dimensione di un boccone al gusto “monte bianco”.
45. *Poteto chippusu honenashi kentucky paripari umashio aji* 『ポテトチップス 骨なしケンタッキーパリパリ旨塩（うましお）味』 Calbee, Inc. & KENTUCKY FRIED CHICKEN JAPAN LTD. Patatine al gusto di pollo fritto del Kentucky e sale.

---

<sup>67</sup> Pasta di grano saraceno simile ai tagliolini.

46. *Poteto chippusu norishio* 『ポテトチップス のりしお』 Calbee, Inc.  
Patatine al gusto alghe e sale.
47. *Ranchi paku pīnatsu, tamago, Fukuoka-ken-san amaō ichigo jamu & hoippu* 『ランチパック ピーナツ・たまご・福岡県産あまおう苺ジャム&ホイップ』 Yamazaki Baking Co., Ltd Tramezzini ripieni. Al burro di noccioline, all'uovo e infine alla marmellata di fragole prodotta nella prefettura di Fukuoka e panna montata.
48. *Saku saku panda* 『さくさくぱんだ』 Kabaya Foods Corporation  
Biscotti ricoperti al cioccolato a forma di viso di panda.
49. *Sakusaku ichigo no aporo* 『サクサク苺のアポロ』 Meiji Co., Ltd  
Cioccolatini alla fragola.
50. *Seto no shioage ebi aji, yuzu aji* 『瀬戸の汐揚 えび味・ゆず塩味』  
kuriyamabeika Co., Ltd *Senbei* ai gusti gamberetti e yuzu<sup>68</sup>.
51. *Sharizō* 『しゃり蔵』 KAMEDA SEIKA CO., LTD *Senbei* semplici.
52. *Shokorantan chokorēto, ringo no karamerize* 『ショコランタン チョコレート・林檎のカラメリゼ』 LOTTE Co., Ltd Cioccolatini alla mela caramellata.
53. *Sō kōra furōto, banira, ichigo yogūrito fūmi, uji matcha, nashi* 『爽 コーラフロート・バニラ・いちごヨーグルト風味・宇治抹茶・梨』  
LOTTE Co., Ltd Granita ai gusti cola, vaniglia, yogurt alla fragola, the verde di Uji e pere.
54. *SOYJOY pīnattsu* 『SOYJOY ピーナッツ』 Otsuka Pharmaceutical Co., Ltd Barretta integrale agli arachidi.
55. *Teshioya maroyaka shōyū aji, shio wasabi aji, kabosu aji* 『手塩屋 まろやか醤油味・塩わさび味・かぼす味』 KAMEDA SEIKA CO., LTD  
*Senbei* semplici.
56. *Torōri kurīmu on purin, kafe zerī* 『とろ〜りクリーム on プリン・カフェゼリー』 GLICO CO., LTD Panna cotta e gelatina al caffè.
57. *Wonut chokorēto, sutoroberī* 『Wonut チョコレート・ストロベリー』  
Yamazaki Baking Co., Ltd Merendina ai gusti cioccolato e fragola.

---

<sup>68</sup> Sorta di pompelmo giapponese.

58. *Yaki toryufu* 『焼きトリュフ』 Bourbon Corporation Japan Brioches al cioccolato.

59. *Yasai ichinichi kore ippon* 『野菜一日これ一本』 KAGOME CO., Ltd Succo di verdure.

#### Prodotti esclusivi del Family Mart

1. *Ajitsuke rakkasei* 『味付落花生』 Family Mart Co., Ltd Noccioline salate.

2. *Ajiwai kasutera* 『味わいカステラ』 Family Mart Co., Ltd Torta morbida simile al pan di spagna.

3. *Arabiki menchi katsu doggu* 『あらびきメンチカツドッグ』 Family Mart Co., Ltd Panino con la cotoletta.

4. *Arabiki uinnā* 『あらびきウインナー』 Family Mart Co., Ltd Wurstel bolliti.

5. *Banana chippusu* 『バナナチップス』 Family Mart Co., Ltd Rondelle di banana fritta simil patatine.

6. *Batā baumu kūhen* 『バターバウムクーヘン』 Family Mart Co., Ltd Merendina al burro.

7. *Batā kaeru meron pan* 『バター香るメロンパン』 Family Mart Co., Ltd Panino al burro ricoperto di zucchero con retrogusto di melon la cui superficie ha un motivo a quadrati che dovrebbe ricordare proprio il melone.

8. *Bitaa choko fiantīnu* 『ビターチョコフィアンティーヌ』 Family Mart Co., Ltd Biscotti ai cereali al cioccolato.

9. *Bosuton kuramu chaunda* 『ボストンクラムチャウダ』 Family Mart Co., Ltd Zuppa pronta di patate.

10. *Būrudonēju* 『ブルドネージュ』 Family Mart Co., Ltd Biscotti.

11. *Buryure shitate no baumu kūhen* 『ブリュレ仕立てのバウムクーヘン』 Family Mart Co., Ltd Fetta di torta morbida al latte.

12. *Cafè rate non shuga* 『カフェラテ ノンシュガ』 Family Mart Co., Ltd Caffèlatte senza zucchero.
13. *Chāhan* 『チャーハン』 Family Mart Co., Ltd Piatto pronto: riso alla cantonese.
14. *Chanpon* 『ちゃんぽん』 Family Mart Co., Ltd Zuppa pronta di verdure e gamberetti.
15. *Chigireru sankaku sando (ren'nyū miruku hoippu)* 『ちぎれる三角サンド (練乳ミルクホイップ)』 Family Mart Co., Ltd Panino morbido ripieno di panna montata.
16. *Chikkin nagetto* 『チキンナゲット』 Family Mart Co., Ltd Chicken Nuggets.
17. *Chīsana choko no ki* 『小さなチョコの木』 Family Mart Co., Ltd Biscottini ricoperti al cioccolato.
18. *Chīzu in hanbāgu* 『チーズインハンバーグ』 Family Mart Co., Ltd Hanburger ripieno di formaggio fuso.
19. *Choko chippusu kōn* 『チョコチップスコーン』 Family Mart Co., Ltd Biscotti all'americana con pezzettoni di cioccolato.
20. *Choko mashumaro* 『チョコマシュマロ』 Family Mart Co., Ltd Marshmallows al cioccolato.
21. *Choko sutikku* 『チョコスティック』 Family Mart Co., Ltd Filoncini di pane con scaglie di cioccolato.
22. *Chokorēto banira bā* 『チョコレートバナラバー』 Family Mart Co., Ltd Gelato alla vaniglia ricoperto di cioccolato.
23. *Chorisō sōsēji* 『チョリソーソーセージ』 Family Mart Co., Ltd Salsiccie bollite.
24. *Family premium kukkī shū* 『ファミマプレミアム クッキーシュー』 Family Mart Co., Ltd Shu alla crema glassata.
25. *Family premium nōkō kuchidoke rōru* 『ファミマプレミアム 濃厚口どけロール』 Family Mart Co., Ltd Roll cake ripiena di panna montata.

26. *Frūtsu paundo* 『フルーツパウンド』 Family Mart Co., Ltd Torta morbida al latte ripiena di canditi e frutta secca.
27. *Funwari bēkon mayonēzu* 『ふんわりベーコンマヨネーズ』 Family Mart Co., Ltd Panino con becon e maionese.
28. *Funwari cīzu sufure* 『ふんわりチーズスフレ』 Family Mart Co., Ltd Souffle al formaggio.
29. *Funwari gyūnyū dōnatsu* 『ふんわり牛乳ドーナツ』 Family Mart Co., Ltd Ciambelle morbide al latte.
30. *Funwari kurīmu rea chīzu (ichigo kaniku hairi)* 『ふんわりクリームレアチーズ（苺果肉入り）』 Family Mart Co., Ltd Panna cotta alla fragola con panna montata e pezzi di polpa di fragola.
31. *Funwari mayonēzu pan* 『ふんわりマヨネーズパン』 Family Mart Co., Ltd Panino con maionese.
32. *Furūtsu mikkusu* 『フルーツミックス』 Family Mart Co., Ltd Succo di frutta.
33. *Fuwafuwa dōnatsu* 『ふわふわドーナツ』 Family Mart Co., Ltd Ciambella.
34. *Fuwamochitto dōnatsu* 『ふわもちっとドーナツ』 Family Mart Co., Ltd Ciambella senza buco.
35. *Fuwatoro tamago no katsudon* 『ふわとろ玉子のカツ丼』 Family Mart Co., Ltd Piatto pronto: riso con cotoletta e frittata.
36. *Fuwatoro tamago no omuraisu* 『ふわとろ玉子のオムライス』 Family Mart Co., Ltd Piatto pronto: home rice<sup>69</sup>.
37. *Gatō chokora* 『ガトーショコラ』 Family Mart Co., Ltd Torta al cioccolato.
38. *Gobō sarada* 『ごぼうサラダ』 Family Mart Co., Ltd Insalata di *gobō*<sup>70</sup>.

---

<sup>69</sup> Riso condito con ketchup e avvolto in una frittata.

39. *Gyūnyū kanten* 『牛乳寒天』 Family Mart Co., Ltd Latte fresco.
40. *Hamu kamanbēru* 『ハムカマンベール』 Family Mart Co., Ltd  
Confezione merenda: prosciutto e formaggio camembert.
41. *Hanbāgu sutēki* 『ハンバーグステーキ』 Family Mart Co., Ltd  
Hanburger pronto.
42. *Hanjuku ni tamago* 『半熟煮たまご』 Family Mart Co., Ltd Uovo sodo  
con il tuorlo ancora leggermente crudo.
43. *Haru no sanshoku dango* 『春の三色だんご』 Family Mart Co., Ltd  
*Mochi*<sup>71</sup> di tre colori diversi a spiedino.
44. *Hijikini* 『ひじき煮』 Family Mart Co., Ltd Alga bollita.
45. *Hineri age ebi dashi aji* 『ひねり揚げえびだし味』 Family Mart Co.,  
Ltd Patatine al gusto di gamberetti fritti.
46. *Hitokuchi dōnattsu* 『ひとつちドーナッツ』 Family Mart Co., Ltd  
Ciambelline.
47. *Hitokuchi kabukijō* 『ひとつち歌舞伎揚』 Family Mart Co., Ltd  
*Senbei* piccoli.
48. *Hokkaidō danshaku korokke doggu* 『北海道男爵コロケドッグ』  
Family Mart Co., Ltd Panino con crocchette di patate.
49. *Hokkaidōsan azuki no tsubuanpan* 『北海道産小豆のつぶあんぱん』  
Family Mart Co., Ltd Panino ripieno di marmellata di fagioli  
dell'Hokkaidō
50. *Horohoro batā kukkī* 『ほろほろバタークッキー』 Family Mart Co.,  
Ltd Biscotti al burro.
51. *Howaito choko & kuran berī kukkī* 『ホワイトチョコ&クランベリーク  
ッキー』 Family Mart Co., Ltd Biscotti con pezzi di cioccolato bianco.
52. *Ika furai* 『イカフライ』 Family Mart Co., Ltd Seppie fritte.

---

<sup>70</sup> Radice.

<sup>71</sup> Tipico dolce giapponese .

53. *Imagawayaki* 『今川焼』 Family Mart Co., Ltd Merendina ripiena di marmellata di fagioli.
54. *Jaga bī bajiru soruto aji* 『じゃがビーバジルソルト味』 Family Mart Co., Ltd Patatine al basilico e sale.
55. *Kani fūmi kamaboko* 『かに風味かまぼこ』 Family Mart Co., Ltd Surimi<sup>72</sup>.
56. *Kanjuku banana miruku* 『完熟バナナミルク』 Family Mart Co., Ltd Latte alla banana.
57. *Kappa ebi sen* 『かっぱえびせん』 Family Mart Co., Ltd Patatine ai gamberetti.
58. *Karikari tewari ume* 『カリカリ手割り梅』 Family Mart Co., Ltd Prugne secche tagliate a metà dal gusto aspro.
59. *Karui chokkan no okome chippusu koi ebi aji* 『かるい食感のお米チップス 濃いえび味』 Family Mart Co., Ltd Patatine alla farina di riso al gusto gamberetti.
60. *Kawa nashi pōku uin'nā* 『皮なしポークウインナー』 Family Mart Co., Ltd Wurstel senza pelle.
61. *Kinpira gobō* 『きんぴらごぼう』 Family Mart Co., Ltd Gobō e carote piccanti.
62. *Kireteru atsu yaki tamago* 『切れてる厚焼玉子』 Family Mart Co., Ltd Frittata.
63. *Kitsune udon* 『きつねうどん』 Family Mart Co., Ltd Piatto pronto: *udon*<sup>73</sup>.
64. *Kōhī mame chokorēto* 『珈琲豆チョコレート』 Family Mart Co., Ltd Chicchi di caffè ricoperti di cioccolato.
65. *Kokutō karintō* 『黒糖かりんとう』 Family Mart Co., Ltd Salatini.

---

<sup>72</sup> Polpa di granchio.

<sup>73</sup> Spaghetti di riso spessi più o meno come i bigoli ma dalla consistenza più morbida.

66. *Kōshin daikon no mikkusu sarada* 『紅芯大根のミックスサラダ』  
Family Mart Co., Ltd Insalata mista con la rapa bianca.
67. *Kukkī & banirabā* 『クッキー&バニラバー』 Family Mart Co., Ltd  
Gelato alla vaniglia con pezzi di biscotti al cioccolato.
68. *Kukkī & kurīmu bā* 『クッキー&クリームバー』 Family Mart Co., Ltd  
Gelato alla crema con pezzi di biscotti al cioccolato.
69. *Kyarameru kōn* 『キャラメルコーン』 Family Mart Co., Ltd Pop corn  
al caramello.
70. *Māgarin iri rōru pan* 『マーガリン入りロールパン』 Family Mart Co.,  
Ltd Panini ripieni di margarina.
71. *Mazete taberu! Paripari men no sarada* 『まぜて食べる！パリパリ麺の  
サラダ』 Family Mart Co., Ltd Spaghetti di riso all'insalata pronti.
72. *Mekishikan chippusu takosu aji* 『メキシカンチップス タコス味』  
Family Mart Co., Ltd Tacos messicani.
73. *Mikkusu okonomiyaki* 『ミックスお好み焼』 Family Mart Co., Ltd  
*Okonomiyaki*<sup>74</sup> pronto.
74. *Mini choko chippu kukkī* 『ミニチョコチップクッキー』 Family Mart  
Co., Ltd Biscottini con scaglie di cioccolato.
75. *Mini hiyashi tororo soba* 『ミニ冷やしとろろそば』 Family Mart Co.,  
Ltd Priatto pronto: spaghetti di riso freddi.
76. *Miruku dōnatsu* 『ミルクドーナツ』 Family Mart Co., Ltd Ciambella  
al latte.
77. *Miruku kokoa* 『ミルクココア』 Family Mart Co., Ltd Latte al  
cioccolato.
78. *Mocchi pan mīto & chīzu* 『もちパン ミート&チーズ』 Family  
Mart Co., Ltd Panino ripieno di carne e formaggio.
79. *Mochimochi kurumi anpan* 『もちもちくるみあんぱん』 Family  
Mart Co., Ltd Panino alle noci ripieno di marmellata di fagioli.

---

<sup>74</sup> Sorta di frittata ripiena di verdura e condita con ketchup e maionese.

80. *Mochimochi tamago mushiban* 『もちもちたまご蒸しぱん』 Family Mart Co., Ltd Merendina all'uovo cotta al vapore.
81. *Mochiri shita choko ekurea* 『もちりしたチョコエクレア』 Family Mart Co., Ltd Merendina alla fragola ripiena di crema al cacao.
82. *Mochiri shita sutoroberī ekurea* 『もちりしたストロベリーエクレア』 Family Mart Co., Ltd Merendina alla fragola ripiena di crema alla fragola.
83. *Mochimochi kurumu pan* 『もちもちくるみぱん』 Family Mart Co., Ltd Panino alle noci.
84. *Mochitto hotto kēki mēpuru & māgarin* 『もちっとホットケーキ マーブル&マーガリン』 Family Mart Co., Ltd Pan cake ripieni di margarina e miele.
85. *Mochitto shiroi chokopan* 『もちっと白いチョコパン』 Family Mart Co., Ltd Pane bianco con cioccolato.
86. *Mugicha 1000ML* 『むぎ茶 1000ML』 Family Mart Co., Ltd Bottiglia da un litro di the all'orzo.
87. *Nagewa shio aji* 『なげわ しお味』 Family Mart Co., Ltd Anellini di patatine.
88. *Nama dorayaki azuki kurīmu* 『生どら焼 あずきクリーム』 Family Mart Co., Ltd Merendina ripiena di marmellata di fagioli e crema.
89. *Nama toro purin* 『生とろプリン』 Family Mart Co., Ltd Panna cotta.
90. *Niku shūmai* 『肉しゅうまい』 Family Mart Co., Ltd Ravioli cinesi alla carne.
91. *Nōkō choko baundo* 『濃厚チョコパウンド』 Family Mart Co., Ltd Torta al cioccolato.
92. *Nōkō kasutādo ekurea* 『濃厚カスタードエクレア』 Family Mart Co., Ltd Shu alla crema.
93. *Ocha 1000ML* 『お茶 1000ML』 Family Mart Co., Ltd Bottiglia da un litro di the verde.

94. *Oishī batā pī* 『おいしいバターピー』 Family Mart Co., Ltd Salatini  
al burro.
95. *Oishī kakipī* 『おいしい柿ピー』 Family Mart Co., Ltd Salatini.
96. *Otona no poteto sarada* 『大人のポテトサラダ』 Family Mart Co., Ltd  
Insalata di patate.
97. *Otsumami chikuwa* 『おつまみちくわ』 Family Mart Co., Ltd Surimi.
98. *Otsumami kamaboko* 『おつまみかまぼこ』 Family Mart Co., Ltd  
Surimi.
99. *Otsumami mikkusu* 『おつまみミックス』 Family Mart Co., Ltd Mix  
di salatini.
100. *Pasutorami bīfu* 『パストラミビーフ』 Family Mart Co., Ltd Fette  
di roast beef.
101. *Pikku appu chīzu aji, konsome aji* 『ピックアップ チーズあじ・コ  
ンソメあじ』 Family Mart Co., Ltd Patatine ai gusti formaggio e brodo.
102. *Pīnattsu age* 『ピーナッツ揚げ』 Family Mart Co., Ltd Patatine  
alle noccioline.
103. *Pirikara gyūbarashū* 『ピリ辛牛バラ重』 Family Mart Co., Ltd  
Piatto pronto: riso con carne di mucca.
104. *Piritto yakamaboko* 『ピリッと焼かまぼこ』 Family Mart Co., Ltd  
Sfilacci di seppia essiccata piccante.
105. *Piritto yaki surume* 『ピリッと焼きするめ』 Family Mart Co., Ltd  
Seppia essiccata piccante.
106. *Piza sando hamu & chīzu* 『ピザサンド ハム&チーズ』 Family  
Mart Co., Ltd Pizza arrotolata ripiena di prosciutto e formaggio.
107. *Poteto chippusu usushio aji* 『ポテトチップスうすしお味』 Family  
Mart Co., Ltd Patatine.

108. *Poteto sarada* 『ポテトサラダ』 Family Mart Co., Ltd Insalata di patate.
109. *Puremiamu baumu* 『プレミアムバウム』 Family Mart Co., Ltd Merendina al latte.
110. *Ricchi batā pai* 『リッチバターパイ』 Family Mart Co., Ltd Sfogliatine.
111. *Rōru kēki banira kurīmu* 『ロールケーキ バニラクリーム』 Family Mart Co., Ltd Roll cake alla vaniglia.
112. *Rōsu nama hamu* 『ローズ生ハム』 Family Mart Co., Ltd Fette di prosciutto.
113. *Sanuki udon* 『讃岐うどん』 Family Mart Co., Ltd *Udon*.
114. *Setonai kaisan kama age shirasu* 『瀬戸内海産釜揚げしらす』 Family Mart Co., Ltd Pesciolini fritti.
115. *Shaki shaki retasu sando* 『シャキシャキレタスサンド』 Family Mart Co., Ltd Sandwich all'insalata.
116. *Shimi choko kōn* 『しみチョココーン』 Family Mart Co., Ltd Biscottini al cioccolato.
117. *Shirotama kurīmu zenzai* 『白玉クリームぜんざい』 Family Mart Co., Ltd *Mochi* con marmellata di fagioli e panna montata.
118. *Shittori kēki* 『しっとりケーキ』 Family Mart Co., Ltd Fetta di torta.
119. *Shū aisu* 『シューアイス』 Family Mart Co., Ltd Shu a gelato.
120. *Shu no nebaneba sarada* 『種のネバネバサラダ』 Family Mart Co., Ltd Insalata mista.
121. *Snakku bō mentai aji* 『スナック棒 めんたい味』 Family Mart Co., Ltd Patatine al gusto *mentai*<sup>75</sup>.

---

<sup>75</sup> Caviale.

122. *Sōdabā* 『ソーダバー』 Family Mart Co., Ltd Ghiacciolo alla soda.
123. *Sofuto furansu ren'nyū* 『ソフトフランス練乳』 Family Mart Co., Ltd Baguette francese morbida al latte.
124. *Stikku karupasu* 『スティックカルパス』 Family Mart Co., Ltd Salamini stick.
125. *Supaishī bīfu jākki* 『スパイシービーフジャーキー』 Family Mart Co., Ltd Carne essiccata speziata.
126. *Sutoroberī baumu* 『ストロベリーバウム』 Family Mart Co., Ltd Torta baum alla fragola.
127. *Takoyaki* 『たこ焼』 Family Mart Co., Ltd *Takoyaki*<sup>76</sup>.
128. *Tamago sūpu* 『たまごスープ』 Family Mart Co., Ltd Zuppa all'uovo pronta.
129. *Torokeru suraisu chīzu* 『とろけるスライスチーズ』 Family Mart Co., Ltd Sottilette di formaggio.
130. *Torōri chīzu guratan* 『とろーりチーズグラタン』 Family Mart Co., Ltd Piatto pronto: riso immerso in una salsa al formaggio.
131. *Torōri takoyaki* 『とろーりたこ焼き』 Family Mart Co., Ltd *Takoyaki* pronti.
132. *Tororo konbu tomekabu* 『とろろ昆布とめかぶ』 Family Mart Co., Ltd Zuppa pronta di alghe.
133. *Tsubuan dōnatsu* 『粒あんドーナツ』 Family Mart Co., Ltd Ciambelline ripiene di marmellata di fagioli.
134. *Tsubutsubu ichigo miruku* 『つぶつぶいちごミルク』 Family Mart Co., Ltd Latte alla fragola con pezzi.
135. *Uma shio arare* 『うま塩あられ』 Family Mart Co., Ltd Salatini.
136. *Waffuru azuki & kurumi* 『ワッフルあずき&くるみ』 Family Mart Co., Ltd Waffle alla marmelata di fagioli e noci.

---

<sup>76</sup> Palline di pastella cotti in una piastra ripieni di polipo.

137. *Waffuru kōn Hokkaidō miruku banira* 『ワッフルコーン北海道ミルクバニラ』 Family Mart Co., Ltd Cono gelato alla vaniglia prodotto con latte dell'Hokkaidō.
138. *Waffuru kōn Nishio matcha, berugī choko* 『ワッフルコーン 西尾抹茶・ベルギーチョコ』 Family Mart Co., Ltd Cono gelato al the verde o al cioccolato belga.
139. *Yakibuta kiriotoshi* 『焼豚切り落とし』 Family Mart Co., Ltd Fette di carne di maiale grigliato.
140. *Yomogi no mochi shokkan anpan* 『よもぎのもち食感あんぱん』 Family Mart Co., Ltd Panino al the verde ripieno di marmellata di fagioli e panna.
141. *Zakuzaku choko kuranchi daifuku* 『ざくざくチョコランチ大福』 Family Mart Co., Ltd Merendina ricoperta di cioccolato e ripiena di crema al cioccolato.
142. *Zāsai* 『ザーサイ』 Family Mart Co., Ltd Verdure bollite pronte.

#### Prodotti esclusivi del Seven Eleven

1. *Gorogoro tomato no reisei pasuta* 『ごろごろトマトの冷製パスタ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Piatto pronto: pasta al pomodoro fredda.
2. *Jakkī karupasu* 『ジャッキーカルパス』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Salamini.
3. *Carē doggu* 『カレードッグ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Hot dog al curry.
4. *Choko ōrudo fasshon* 『チョコオールドファッション』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Ciambella grezza per metà ricoperta di cioccolato.
5. *Daigaku imo* 『大学いも』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Patate dolci pronte.
6. *Ebi shūmai* 『海老焼売』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Ravioli cinesi ripieni di gamberetti pronti.

7. *Fukkura inari* 『ふっくらいなり』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD  
Riso avvolto nel *tōfu* fritto.
8. *Funwari baumu kūhen* 『ふんわりバウムクーヘン』 SEVEN-ELEVEN  
JAPAN CO., LTD Merendina al latte.
9. *Funwari bēkon mayo rōru* 『ふんわりベーコンマヨロール』 SEVEN-  
ELEVEN JAPAN CO., LTD Panino con bacon e maionese.
10. *Funwari cīzu no pan* 『ふんわりチーズのパン』 SEVEN-ELEVEN JAPAN  
CO., LTD Panino al formaggio.
11. *Funwari shifon kēki* 『ふんわりシフォンケーキ』 SEVEN-ELEVEN  
JAPAN CO., LTD Fetta di chiffon cake.
12. *Funwari tamago no kodawari oyakodon* 『ふんわりたまごのこだわり親子丼』  
SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Piatto pronto: riso con pollo e uova.
13. *Funwari tamago no madorēne* 『ふんわりたまごのマドレーヌ』 SEVEN-  
ELEVEN JAPAN CO., LTD Merendina all'uovo.
14. *Fuwamochi ringu dōnatsu* 『ふわもちリングドーナツ』 SEVEN-ELEVEN  
JAPAN CO., LTD Ciambella.
15. *Fuwatoro tamago no omuraisu* 『ふわとろ玉子のオムライス』 SEVEN-  
ELEVEN JAPAN CO., LTD Home rice.
16. *Gisshiri nattsu no buraunī* 『ぎっしりナッツのブラウニー』 SEVEN-  
ELEVEN JAPAN CO., LTD Brownie ricoperto di noci.
17. *Gorogoro yasai to sōsēji no pofuto* 『ごろごろ野菜とソーセージのポトフ』  
SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Zuppa pronta con wrustel e verdure.
18. *Gorotto danshaku no nikujaga* 『ごろっと男爵の肉じゃが』 SEVEN-  
ELEVEN JAPAN CO., LTD Zuppa pronta di carne e verdure.
19. *Gorotto guzai no tonjiru* 『ごろっと具材の豚汁』 SEVEN-ELEVEN  
JAPAN CO., LTD Zuppa pronta di carne di maiale e verdure.
20. *Gu takusan gome* 『具たくさん五目』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD  
Piatto pronto: riso alla cantonese.

21. *Hiyashi bukkake tororo soba* 『冷しぶっかけとろろ蕎麦』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Piatto pronto: *soba* da mangiare freddi con *tororo*<sup>77</sup> e alghe.
22. *Hoippu dōnatsu* 『ホイップドーナツ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Ciambella ripiena di panna montata.
23. *Hokkaidō-san karako mentaiko onigiri* 『北海道産辛子明太子おにぎり』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Palla di riso ripiena di *mentaiko*<sup>78</sup> piccante dell'Hokkaidō.
24. *Karikari toripure chīzu* 『カリカリトリプルチーズ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Patatine al formaggio a forma di fusillo.
25. *Kin no ebi chiri sōsu* 『金の海老チリソース』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Gamberetti alla salsa al chilli.
26. *Kinako dōnatsu (tōnyū iri)* 『きなこドーナツ (豆乳入り)』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Ciambella alla farina di soia tostata con latte di soia.
27. *Kobashi kinako to tōnyū no dōnatsu* 『香ばしきなこ豆乳のドーナツ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Ciambella alla farina di soia tostata e latte di soia.
28. *Kuzushite taberu paripari men no sarada* 『くずして食べるパリパリ麺のサラダ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Piatto pronto: spaghetti freddi all'insalata.
29. *Miruku tappuri tororin shū* 『ミルクたっぷりとろりんシュー』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Shu ripiena di crema al latte.
30. *Mocchimochi akameshi okowa omusubi* 『もちもち赤飯おこわおむすび』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Palla di riso rosso con semi di sesamo bianchi e neri.
31. *Mochiri jūshī jikasei yaki gyōza* 『もちりジューシー自家製焼き餃子』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Ravioli giapponesi pronti.
32. *Mochiri warabi mochi* 『もちりわらび餅』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Un tipo particolare di *mochi* completamente immersi nella farina di soia tostata.

---

<sup>77</sup> Una particolare verdura che grattugiata diventa una poltiglia.

<sup>78</sup> Caviale.

33. *Mochi mochi choko bureddo* 『もちもちチョコブレッド』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Pane bianco con strisce di cioccolato.
34. *Mochi mochi suīto ringu dōnatsu* 『もちもちスイートリングドーナツ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Ciambella glassata.
35. *Mochifuwa pankēki* 『もちふわパンケーキ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Pan cake.
36. *Mochimochi ichigo ringu dōnatsu* 『もちもちいちごリングドーナツ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Ciambella ricoperta di granella alla fragola.
37. *Mochimochi men no hiyashi tanuki udon* 『もちもち麺の冷したぬきうどん』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Piatto pronto: *udon* freddi.
38. *Mochimochi ringu dōnatsu choko* 『もちもちリングドーナツ チョコ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Ciambella ricoperta di cioccolato.
39. *Namako sūpu* 『なめこそープ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Zuppa pronta di funghi.
40. *Paripari men no sara udon* 『パリパリ麺の皿うどん』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Pasto pronto: *udon* essiccati conditi con una salsa alle verdure.
41. *Piritto karai! Hiyashi niku miso tantan men* 『ピリッと辛い！冷やし肉味噌坦々麺』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Pasto pronto: spaghetti con germogli di soia piccanti, uovo sodo e carne.
42. *Puripuri ebi no pasuta sarada* 『プリプリ海老のパスタサラダ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Piatto pronto: pasta fredda con gamberetti.
43. *Retasu tappuri! Shaki shaki retasu sando* 『レタスタっぷり！シャキシヤキレタスサンド』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Tramezzino all'insalata.
44. *Sakusaku shittori choko* 『サクサクしっとりチョコ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Biscotti al cioccolato.
45. *Shittori batā sukocchi* 『しっとりバタースコッチ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Merendina al burro.

46. *Shittori fuwafuwa rēzun kasutādo* 『しっとりふわふわレーズンカスタード』  
SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Panino all'uvetta ripieno di crema  
pasticcera.
47. *Shittori ichigo jamu & māgarin* 『しっとりいちごジャム&マーガリン』  
SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Panino ripieno di margarina e  
marmellata di fragole.
48. *Shittori jōhin'na ajiwai kasutera* 『しっとり上品な味わいかステラ』  
SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Torta morbida simile al pan di spagna.
49. *Shittori tsubuan & māgarin* 『しっとりつぶあん&マーガリン』 SEVEN-  
ELEVEN JAPAN CO., LTD Panino ripieno di margarina e marmellata di  
fagioli.
50. *Takana to Hakata karako mentaiko no pirikara bīfu* 『高菜と博多辛子明太子  
のピリ辛ビーフ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Piatto pronto di  
spaghetti con *mentaiko* piccante e verdure.
51. *Tōfu to wakame sūpu* 『とうふとわかめスープ』 SEVEN-ELEVEN  
JAPAN CO., LTD Zuppa pronta di alghe e *tōfu*.
52. *Tororin kasutādo ekurea* 『とろりんカスタードエクレア』 SEVEN-  
ELEVEN JAPAN CO., LTD Merendina ricoperta di cioccolato e ripiena di  
crema pasticcera.
53. *Torotoro tamago no rōsu katsu don* 『とろとろ玉子のロースかつ丼』  
SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Pasto pronto: riso con cotoletta e frittata.
54. *Tsubu tsubu choko kuriūmu no chigiri pan* 『つぶつぶチョコクリームのちぎ  
りパン』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Panino lungo ripieno di  
crema e scaglie al cioccolato.
55. *Tsumetai pirikara negi mori miso rāmen* 『冷たいピリ辛ねぎ盛味噌ラーメ  
ン』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Zuppa pronta di spaghetti  
piccante da mangiare fredda.
56. *Tsurutto no dokoshi! Irodori hiyashi chūka* 『ツルツとのだ越し! 彩り冷し  
中華』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Piatto pronto: spaghetti cinesi  
freddi.
57. *Usui kara'age* 『うす衣唐揚げ』 SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD  
Pollo fritto surgelato.

58. *Zakugiri kyabetsu no kōrusurō* 『ザク切りキャベツのコールスロー』  
SEVEN-ELEVEN JAPAN CO., LTD Piatto pronto: verdure saltate.

Prodotti esclusivi del Lawson

1. *Atarime* 『あたりめ』 Lawson, Inc Sfilacci di seppia essiccata.
2. *Berugī waffuru* 『ベルギーワッフル』 Lawson, Inc Waffle belga.
3. *Ebi to penne no kurīmu guratan* 『海老とペンネのクリームグラタン』  
Lawson, Inc Pasto pronto: pennette alla panna con gamberetti.
4. *Fukkura inari zushi* 『ふっくらいなり寿司』 Lawson, Inc Riso in *tōfu*  
fritto.
5. *Funwari osakana dango* 『ふんわりお魚団子』 Lawson, Inc Polpette di  
pesce.
6. *Furaido poteto* 『フライドポテト』 Lawson, Inc Patatine fritte surgelate.
7. *Fuwafuwa tōfu no toridango* 『ふわふわ豆腐の鶏だんご』 Lawson, Inc  
Polpette di *tōfu* e pollo.
8. *Gorogoro danshaku no gyūniku korokke* 『ごろごろ男爵の牛肉コロッケ』  
Lawson, Inc Polpette di carne impanate e fritte.
9. *Gorogoro yasai no kurīmu shichū* 『ごろごろ野菜のクリームシチュー』  
Lawson, Inc Crema di patate con verdure.
10. *Hanjuku tamago tororo soba* 『半熟玉子とろろそば』 Lawson, Inc  
Spaghetti di riso con *tororo* e uova sode.
11. *Karakuchi bīfu jākī* 『辛口ビーフジャーキー』 Lawson, Inc Carne  
essiccata piccante.
12. *Karitto tewari ume* 『カリッと手割り梅』 Lawson, Inc Prughe secche  
snocciolate e tagliate a metà dal gusto aspro.
13. Lawson Fresh *Hakodate Kogane* 『ローソンフレッシュ 函館こがね』  
Lawson, Inc Sfilacci di seppie essiccate.
14. Lawson Fresh *Jakkī karupasu* 『ローソンフレッシュ ジャッキーカルパス』  
Lawson, Inc Salamini.

15. Lawson Fresh *Koritto oishī kuki retasu ume shiso aji* 『ローソフレッシュ コリッとおいしい茎レタス梅しそ味』 Lawson, Inc Alge essiccate al gusto prugna.
16. Lawson Fresh *Maroyakana san'mi no karikari ume* 『ローソフレッシュ まろやかな酸味のカリカリ梅』 Lawson, Inc Prugne secche.
17. Lawson Fresh *Puritto su ika* 『ローソフレッシュ プリッと酢いか』 Lawson, Inc Seppie essiccate all'aceto.
18. Lawson Fresh *Yaki suru pirikara shōyū aji* 『ローソフレッシュ 焼するピリ辛醤油味』 Lawson, Inc Seppie essiccate alla salsa di soia.
19. Lawson Select “*Derishasu*” *yakibuta tappuri chāhan* 『ローソンセレクト 【デリシャス】焼豚たっぷり炒飯』 Lawson, Inc Riso alla cantonese surgelato.
20. Lawson Select *Beni shōga* 『ローソンセレクト 紅しょうが』 Lawson, Inc Zenzero rosso.
21. Lawson Select *chāhan* 『ローソンセレクト 炒飯』 Lawson, Inc Riso alla cantonese.
22. Lawson Select *chīzu iri hanbāgu* 『ローソンセレクト チーズ入りハンバーグ』 Lawson, Inc Hanburger ripieno di formaggio.
23. Lawson Select *Gobō sarada* 『ローソンセレクト ごぼうサラダ』 Lawson, Inc Insalata di *gobō*.
24. Lawson Select *Gorogoro yasai no omisoshiru* 『ローソンセレクト ごろごろ野菜のおみそ汁』 Lawson, Inc Zuppa di *miso*<sup>79</sup> pronta.
25. Lawson Select *Happinme no sappari wafū sarada* 『ローソンセレクト 8品目のさっぱり和風サラダ』 Lawson, Inc Insalata con otto differenti tipi di legumi.
26. Lawson Select *Hokkaidō kintokimame* 『ローソンセレクト 北海道金時豆』 Lawson, Inc Fagioli.

---

<sup>79</sup> Condimento realizzato con i semi di soia gialla. Utilizzato per lo più per dare sapose alle zuppe.

27. Lawson Select *Hokkaidō kuromame* 『ローソンセレクト 北海道黒豆』  
Lawson, Inc Fagioli neri.
28. Lawson Select *Kabocha sarada* 『ローソンセレクト かぼちゃサラダ』  
Lawson, Inc Insalata di zucca.
29. Lawson Select *Nikuyakiuri* 『ローソンセレクト 肉焼売』 Lawson, Inc  
Ravioli cinesi surgelati.
30. Lawson Select *Okonomiyaki ika ebi tama* 『ローソンセレクト お好み焼  
いかえび玉』 Lawson, Inc *Okonomiyaki ai gamberetti e seppie*.
31. Lawson Select *Psutorami bīfu* 『ローソンセレクト パストラミビーフ』  
Lawson, Inc Carne a fette affumicata.
32. Lawson Select *Ramune sōda bā* 『ローソンセレクト ラムネソーダバー』  
Lawson, Inc Ghiaccioli alla soda.
33. Lawson Select *Rōsu nama hamu* 『ローソンセレクト ロース生ハム』  
Lawson, Inc Prosciuto crudo in fette.
34. Lawson Select *Rōsu nama hamu* 『ローソンセレクト ロース生ハム』  
Lawson, Inc Prosciutto affumicato in fette.
35. Lawson Select *Shittori shita ajiwai shokupan* 『ローソンセレクト しっとり  
した味わい食パン』 Lawson, Inc Fette di pancarré.
36. Lawson Select *Shugā kōn* 『ローソンセレクト シュガーコーン』  
Lawson, Inc Cornetti alla vaniglia.
37. Lawson Select *Snakku Stikku* 『ローソンセレクト スナックスティック』  
Lawson, Inc Filoncini di pane al latte.
38. Lawson Select *Takana pirafu* 『ローソンセレクト 高菜ピラフ』 Lawson,  
Inc Riso alle verdure surgelato.
39. Lawson Select *Torokeru suraisu chīzu* 『ローソンセレクト とろけるスラ  
イスチーズ』 Lawson, Inc Sottilette al formaggio.
40. Lawson Select *Torōri chīzu no mirano fū doria* 『ローソンセレクト とろ〜  
りチーズのミラノ風ドリア』 Lawson, Inc Piatto pronto: riso immerso in  
un sugo al formaggio.

41. Lawson Select *Udon (Okinawa eria nomi)* 『ローソンセレクト うどん (沖縄エリアのみ)』 Lawson, Inc Spaghetti di riso (Esclusivi della zona di Okinawa).
42. Lawson Select *Yakisoba 150g×3 (Tōhoku, Kantō, Chūbu, Kinki, Chūshikoku eria nomi)* 『ローソンセレクト 焼きそば 150g×3 (東北・関東・中部・近畿・中四国エリアのみ)』 Lawson, Inc *Yakisoba*<sup>80</sup> (esclusive delle zone Tōhoku, Kantō, Chūbu, Kinki e Shikoku centrale).
43. Lawson Select *Yawarakana maiasa no shokupan* 『ローソンセレクト やわらかな毎朝の食パン』 Lawson, Inc Fette di pancarré.
44. *Mocchi dōnatsu koshian* 『モチドーナツこしあん』 Lawson, Inc Ciambella con marmellata di fagioli.
45. *Mochiri to shita hotto kēki* 『もちりとしたホットケーキ』 Lawson, Inc Pan cake.
46. *Mochimochi to shita choko denisshu* 『もちもちとしたチョコデニッシュ』 Lawson, Inc Merendina al cioccolato bianco e strisce di cioccolato.
47. *Mochitto sutikku goma* 『もちっとスティックゴマ』 Lawson, Inc Filoncini di pane al sesamo.
48. Natural lawson *Buran katayaki ottotto* 『ナチュラルローソン ブラン堅焼きおとっと』 Lawson, Inc Biscotti a forma di animali.
49. Natural lawson *Buran kurisupī kantorī māmu* 『ナチュラルローソン ブランクリスピーカントリーマーム』 Lawson, Inc Biscotti con gocce di cioccolato.
50. Natural lawson *Buran mini hā besuto* 『ナチュラルローソン ブランミニハーベスト』 Lawson, Inc Biscotti semplici.
51. Natural lawson *Buran no kongari chīzu karē pan* 『ナチュラルローソン ブランのこんがりチーズカレーパン』 Lawson, Inc Panino al carry e formaggio.

---

<sup>80</sup> Spaghetti di riso saltati con verdure e carne.

52. Natural lawson *Buran wafāsu* 『ナチュラルローソン ブランウェファース』  
Lawson, Inc Quadratini di waffel alla crema.
53. Natural lawson *Endō mame sunakku* 『ナチュラルローソン えんどう豆ス  
ナック』 Lawson, Inc Piselli.
54. Natural lawson *Kinua to 8shu no guranōra chokorēto* 『ナチュラルローソン  
キヌアと8種のグラノーラチョコレート』 Lawson, Inc Barrette al  
cioccolato con 8 tipi di cereali.
55. Natural lawson *Kon'nyaku chippusu norishio fūmi, konsome fūmi* 『ナチュラル  
ローソン こんにゃくチップス のりしお風味・コンソメ風味』  
Lawson, Inc Patatine di *kon'nyakku*<sup>81</sup> ai gusti alghe e zuppa.
56. Natural lawson *Konsome poteto (non furai)* 『ナチュラルローソン コンソ  
メポテト (ノンフライ) 』 Lawson, Inc Patatine (non fritte).
57. Natural lawson *Kuro tororo onigiri* 『ナチュラルローソン 黒とろろおにぎ  
り』 Lawson, Inc Palla di riso con alghe.
58. Natural lawson *Pōku uin'na to chīzu no shittori rōru* 『ナチュラルローソン  
ポークウインナとチーズのしっとりロール』 Lawson, Inc Panino con  
wurstel di maiale e formaggio.
59. Natural lawson *Poteto chippusu usushio aji* 『ナチュラルローソン ポテト  
チップスうすしお味』 Lawson, Inc Patatine.
60. Natural lawson *Uma shio poteto (non furai)* 『ナチュラルローソン うまし  
おポテト (ノンフライ) 』 Lawson, Inc Patatine (non fritte).
61. Natural lawson *Yōguruto mashumaro* 『ナチュラルローソン ヨーグルトマ  
シュマロ』 Lawson, Inc Marshmallow.
62. *Oyatsugoro An dōnatsu* 『おやつごろ あんドーナツ』 Lawson, Inc  
Ciambelline ripiene di marmellata di fagioli.
63. *Oyatsugoro Atsugiri zakutto poteto konsome aji, shio aji* 『おやつごろ 厚切  
りザクッとポテト コンソメ味・しお味』 Lawson, Inc Patatine.

---

<sup>81</sup> Tipo di pianta lavorata e trasformata in gelatina.

64. *Oyatsugoro Bīno umashio koshō aji* 『おやつごろ ビーノ うま塩こしょう味』 Lawson, Inc Patatine ai piselli verdi.
65. *Oyatsugoro Chīsana ebi no hana* 『おやつごろ 小さな海老の華』 Lawson, Inc Bocconcini di *senbei* al gusto gamberetti.
66. *Oyatsugoro Chīzu Bitto* 『おやつごろ チーズビット』 Lawson, Inc Patatine al formaggio.
67. *Oyatsugoro Choko furēku* 『おやつごろ チョコフレーク』 Lawson, Inc Cereali al cioccolato.
68. *Oyatsugoro Choko gake bisuketto* 『おやつごろ チョコがけビスケット』 Lawson, Inc Piccoli biscottini al cioccolato.
69. *Oyatsugoro Choko karu shū* 『おやつごろ チョコカルシュー』 Lawson, Inc Mini pasticcini shu ripieni al cioccolato.
70. *Oyatsugoro Hachimitsu miruku dōnatsu* 『おやつごろ はちみつミルクドーナツ』 Lawson, Inc Cimabelline.
71. *Oyatsugoro Hitokuchi kasutera* 『おやつごろ ひとくちカステラ』 Lawson, Inc Bocconcini di brioches.
72. *Oyatsugoro Ika no sugata furai* 『おやつごろ いかの姿フライ』 Lawson, Inc Patatine a forma e gusto seppia.
73. *Oyatsugoro Ika no sugata furai pirikara* 『おやつごろ いかの姿フライピリ辛』 Lawson, Inc Patatine a forma e gusto seppia piccanti.
74. *Oyatsugoro Ika sōmen* 『おやつごろ イカソーメン』 Lawson, Inc Spaghetti essiccati alla seppia.
75. *Oyatsugoro Kakiπ* 『おやつごろ 柿ピー』 Lawson, Inc Salatini.
76. *Oyatsugoro Kappa ebisen* 『おやつごろ かっぱえびせん』 Lawson, Inc Patatine ai gamberetti.
77. *Oyatsugoro Kongari rasuku shugā aji* 『おやつごろ こんがりラスクシュガー味』 Lawson, Inc Crostini zuccherati.

78. *Oyatsugoro Kurēpu rōru choko* 『おやつごろ クレープロールチョコ』  
Lawson, Inc Cannucce di biscotto con rivestimento interno al cioccolato.
79. *Oyatsugoro Mini kabukijō* 『おやつごろ ミニ歌舞伎揚』 Lawson, Inc  
Bocconcini di *senbei*.
80. *Oyatsugoro nōkō hitokuchi sōsu katsu* 『おやつごろ 濃厚ひとくち ソース  
カツ』 Lawson, Inc Patatine al gusto cotoletta.
81. *Oyatsugoro Paripari goma wakame* 『おやつごろ パリパリごまわかめ』  
Lawson, Inc Alghe essiccate.
82. *Oyatsugoro Poppu kōn shio aji* 『おやつごろ ポップコーンしお味』  
Lawson, Inc Pop corn.
83. *Oyatsugoro Porinkī mentai aji* 『おやつごろ ポリンキーめんたいあじ』  
Lawson, Inc Patatine al gusto *mentai*.
84. *Oyatsugoro sakutto noriten nōkō wasabi aji* 『おやつごろ サクツとのり天  
濃厚わさび味』 Lawson, Inc Patatine al *wasabi* rivestite con l'alga.
85. *Oyatsugoro Sapporo poteto tsubutsubu bejitaburu* 『おやつごろ サッポロポ  
テト つぶつぶベジタブル』 Lawson, Inc Patatine.
86. *Oyatsugoro Shimi choko kōn* 『おやつごろ しみチョココーン』 Lawson,  
Inc Cereali al cioccolato a forma di stella.
87. *Oyatsugoro Umai wa mentai aji* 『おやつごろ うまい輪めんたい味』  
Lawson, Inc Patatine al gusto *mentai*.
88. *Pizza sando nōkō chīzu & bēkon* 『ピッツアサンド 濃厚チーズ&ベーコン』  
Lawson, Inc Pizza arrotolata con becon e formaggio.
89. *Renji tororo soba* 『レンジとろろそば』 Lawson, Inc Spaghetti di riso  
con *tororo*.
90. *Torofuwa tamago no demi sōsu omuraisu* 『とろふわ玉子のデミソースオム  
ライス』 Lawson, Inc Home rice.
91. *Torofuwa tamago no omuraisu* 『とろふわ玉子のオムライス』 Lawson,  
Inc Home rice.

92. *Torōri chīzu no mirano fū doria* 『とろ〜りチーズのミラノ風ドリア』  
Lawson, Inc Pasto pronto: riso con salsa al formaggio.
93. *Torotoro yuba dango* 『とろとろ湯葉だんご』 Lawson, Inc Polpette in brodo.
94. *Tsukimi tororo soba* 『月見とろろそば』 Lawson, Inc Spaghetti di riso con tororo.
95. Uchi Cafe *Funwari shittori baumu kūhen* 『マチカフェ ふんわりしっとりバウムクーヘン』 Lawson, Inc Merendina.
96. Uchi Cafe *Funwari Uji matcha baumu kūhen* 『マチカフェ ふんわり宇治抹茶バウムクーヘン』 Lawson, Inc Merendina al the verde di Uji.
97. Uchi Cafe *Funwari waffuru kasutādo & hoippu, kyarameru* 『ウチカフェ ふんわりワッフル カスタード&ホイップ・キャラメル』 Lawson, Inc Merendina waffle ai gusti crema pasticceria e panna montata e caramello.
98. Uchi Cafe *Gyutto kurīmu chīzu* 『ウチカフェ ぎゅっとクリームチーズ』 Lawson, Inc Merendina al gusto cheese cake.
99. Uchi Cafe *Gyutto mangō an'nindōfu* 『ウチカフェ ぎゅっとマンゴー杏仁豆腐』 Lawson, Inc Simil panna cotta al gusto mango, realizzata con il *tōfu*.
100. Uchi Cafe *Korohoro mēpuru* 『マチカフェ ころほろメープル』 Lawson, Inc Quadratini agglomerati di zucchero e miele d'acero.
101. Uchi Cafe *Mochi shokkan rōru daburu choko, Hokkaidō-san nama kurīmu iri hoippu* 『ウチカフェ もち食感ロール ダブルチョコ・北海道産生クリーム入りホイップ』 Lawson, Inc Rool cake al cioccolato con crema di cioccolato e rool cake alla panna montata con crema pasticceria dell'Hokkaidō.
102. Uchi Cafe *Mochipuyo miruku kurīmu* 『ウチカフェ もちぷよ ミルククリーム』 Lawson, Inc Merendina al latte
103. Uchi Cafe *Torōri chīzu no kurokku musshu* 『マチカフェ とろ〜りチーズのクロックムッシュ』 Lawson, Inc Tramezino al formaggio.

104. Uchi Cafe *Zakuzaku shiriaru kukkī* 『マチカフェ ザクザクシリアルクッキー』 Lawson, Inc Biscotti ai cereali.
105. *Yaki suru megeso pirikara aji* 『焼するめげそピリ辛味』 Lawson, Inc Seppioline essiccate.

Prodotti esclusivi del Lawson Store 100

1. *Gorogoro yasai no tonjiru* 『ごろごろ野菜のとん汁』 Lawson Mart, Inc Zuppa pronta di carne di maiale e verdure.
2. *Gorogoro yasai no omiso shiru* 『ごろごろ野菜のおみそ汁』 Lawson Mart, Inc Zuppa di *miso* pronta.
3. *Kuro karintō* 『黒かりんとう』 Lawson Mart, Inc Salatini.
4. *Pīnattsu karintō* 『ピーナッツかりんとう』 Lawson Mart, Inc Salatini al gusto arachidi.
5. *Pīnatsu age* 『ピーナツ揚』 Lawson Mart, Inc Patatine al gusto arachidi.
6. *Choko busu* 『チョコビス』 Lawson Mart, Inc Biscotti al cioccolato.
7. *Endō mame sunakku uma shio koshō aji* 『えんどう豆スナック うま塩こしょう味』 Lawson Mart, Inc Patatine al gusto di piselli verdi.
8. *Kyarameru poppu kōn* 『キャラメルポップコーン』 Lawson Mart, Inc Pop corn al caramello.
9. *Ichigo no punimocchiri ichigo kasutādo* 『いちごのぷにもっちり いちごカスタード』 Lawson Mart, Inc Merendina ripiena di crema alla fragola.
10. *Mochi mugūiri onigiri umedzukushi* 『もち麦入おにぎり 梅づくし』 Lawson Mart, Inc Palla di riso con prugne secche da gusto aspro.

Prodotti esclusivi del Circle K Sunkus

1. *Funwari tororo soba* 『ふんわりとろろそば』 Circle K Sunkus Co., Ltd  
*Soba con tororo.*
2. *Mochitto tsubuan dōnatsu* 『もちっとつぶあんドーナツ』 Circle K  
Sunkus Co., Ltd *Ciambella ripiena di marmellata di fagioli.*
3. *Torotto mochitto karēpan* 『とろっともちっとカレーパン』 Circle K  
Sunkus Co., Ltd *Panino fritto al curry.*
4. *Toromocchi ichigo aji, jājī gyūnyū iri kurīmu* 『とろもっち いちご味・  
ジャージー牛乳入りクリーム』 Circle K Sunkus Co., Ltd *Merendine  
di mochi ai gusti fragola e crema.*
5. *Gattsuri! Arabiki furanku* 『ガッツリ! あらびきフランク』 Circle K  
Sunkus Co., Ltd *Panino con wurstel e ketchup.*
6. *Fuwafuwa shifon* 『ふわふわシフォン』 Circle K Sunkus Co., Ltd  
*Fetta di chiffon cake.*
7. *Mocchi aruki choko* 『もち歩き チョコ』 Circle K Sunkus Co., Ltd  
*Crepe morbida al cioccolato.*
8. *Fuwafuwa tamago no rōru kēki* 『ふわふわ卵のロールケーキ』 Circle  
K Sunkus Co., Ltd *Roll cake.*
9. *Mochi mochi mentai mayonēzu* 『もちもち明太マヨネーズ』 Circle K  
Sunkus Co., Ltd *Panino al mentaiko e maionese.*
10. *An'nōimo no mochitto suīto poteto* 『安納芋のもちっとスイートポテト』  
Circle K Sunkus Co., Ltd *Panino alla patate dolci.*
11. *Fuwamochi hottokēki mēpuru jamu & māgarin* 『ふわもちホットケーキ  
メープルジャム&マーガリン』 Circle K Sunkus Co., Ltd *Pan cake.*
12. *Fuwatto miruku dōnatsu* 『ふわっとミルクドーナツ』 Circle K Sunkus  
Co., Ltd *Ciambellina.*
13. *Choko to āmondo purarine no sakusaku kukkī* 『チョコとアーモンドプラ  
リネのサクサククッキー』 Circle K Sunkus Co., Ltd *Biscotti al  
cioccolato con mandorle e praline.*

14. *Yasashi mochimochi furansu kasutādo* 『やさしいもちもちフランス カスタード』 Circle K Sunkus Co., Ltd Panino morbido.
15. *Mochi shokkan sutikku hamu & chīzu* 『もち食感スティックハム&チーズ』 Circle K Sunkus Co., Ltd Filoncini di pane con prosciutto e formaggio.
16. *Sherie doruche punimochi shū choko* 『シェリエドルチェ ふにもちシューチョコ』 Circle K Sunkus Co., Ltd Shu al cioccolato.
17. *Sherie doruche punimochi shū miruku* 『シェリエドルチェ ふにもちシューミルク』 Circle K Sunkus Co., Ltd Shu alla crema.
18. *Satoimoni* 『さといも煮』 Circle K Sunkus Co., Ltd Patate bollite.
19. *Hokkaidō jagaimo no furaido poteto* 『北海道じゃがいものフライドポテト』 Circle K Sunkus Co., Ltd Patatine fritte surgelate.
20. *Sapporo poteto* 『サッポロポテト』 Circle K Sunkus Co., Ltd Patatine.
21. *Hachimitsu imo kenpi* 『はちみつ芋けんぴ』 Circle K Sunkus Co., Ltd Patatine dolci ricoperte di miele.
22. *Ika sugata furai* 『いか姿フライ』 Circle K Sunkus Co., Ltd Patatine a forma e gusto seppia.
23. *Kōn choko* 『コーンチョコ』 Circle K Sunkus Co., Ltd Cornetto al cioccolato.
24. *Matcha choko ringu* 『抹茶チョコリング』 Circle K Sunkus Co., Ltd Ciambelline al the verde.
25. *Wakadori no karaage* 『若鶏のから揚げ』 Circle K Sunkus Co., Ltd Pollo fritto.
26. *Mini genji pai* 『ミニ源氏パイ』 Circle K Sunkus Co., Ltd Biscottini friabili.
27. *Shittori sutikku chīzu kēki* 『しっとりスティックチーズケーキ』 Circle K Sunkus Co., Ltd Mini cheese cake.

28. *Funwari mocchi waffuru kēki* 『ふんわりもちワッフルケーキ』  
Circle K Sunkus Co., Ltd Waffle.
29. *Shittori yawaraka tamago pan* 『しっとりやわらかたまごパン』 Circle  
K Sunkus Co., Ltd Panino all'uovo.
30. *Funwari pankēki mēpuru jamu & māgarin* 『ふんわりパンケーキ メー  
プルジャム&マーガリン』 Circle K Sunkus Co., Ltd Pancacke.
31. *Ajiwau fuwafuwa komeko iri pan* 『味わうふわふわ米粉入りパン』  
Circle K Sunkus Co., Ltd Panini morbidi.
32. *Fuwafuwa tamago no rōru kēki* 『ふわふわ卵のロールケーキ』 Circle  
K Sunkus Co., Ltd Roll cake.

## Bibliografia

- 7-Eleven. Disponibile all'indirizzo: <http://www.sej.co.jp/index.html> visualizzato il 20/03/2015
- Akita, Kimi (2009). *A Grammar of Sound-Symbolic Words in Japanese: Theoretical Approaches to Iconic and Lexical Properties of Mimetic*. Kobe University.
- Amanuma, Yasushi (1974). *Giongo – Gitaigo Jiten* (Dizionario sugli ideofoni). Tōkyō: Tōkyōdō.
- Asano, Tsuruko; Kindaichi, Haruhiko (1981) (a cura di Kadokawa Haruki). *Giongo gitaigo jiten* (Dizionario sugli ideofoni). Tōkyō: Kadokawashoten.
- Beccaria, Gian Luigi (2004). *Dizionario di linguistica e di filologia, metrica, retorica*. Torino: Giulio Einaudi editore.
- Bienati, Luisa; Boscaro, Adriana (2010). *La narrativa giapponese classica*. Venezia: Marsilio.
- Bonomi, Ilaria; Masini, Andrea; Morgana, Silvia; Piotti, Mario (2012). *Elementi di linguistica italiana*. Roma: Carocci editore.
- Brown, Keith (2006). *Encyclopedia of language & linguistic*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Circle K Sunkus. Disponibile all'indirizzo: <http://www.circleksunkus.jp/> visualizzato il 15/04/2015.
- De Mauro, Tullio (1999). *Grande dizionario italiano dell'uso*. Torino: Unione Tipografico-Editrice Torinese.
- FamilyMart. Disponibile all'indirizzo: <http://www.family.co.jp/> visualizzato il 12/04/2015.

- Hasegawa, Yoko (2015). *Japanese. A linguistic introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hayakawa, Fumiyo (2006). *Taberu nihongo* (Il giapponese a tavola). Tōkyō: Mainichi Shinbunsha.
- Japanese Tv Commercials [2011 week 49]  
<https://www.youtube.com/watch?v=lxUz0LbNNdM> ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2012 week 15]  
<https://www.youtube.com/watch?v=Peg9Wj0P1vo> ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2012 week 7]  
[https://www.youtube.com/watch?v=enHF4cJ\\_8Y8](https://www.youtube.com/watch?v=enHF4cJ_8Y8) ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2012 weeks 18 & 19]  
[https://www.youtube.com/watch?v=KtrKm\\_yzjbA](https://www.youtube.com/watch?v=KtrKm_yzjbA) ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2012 weeks 46 & 47]  
<https://www.youtube.com/watch?v=XUTIIffis0k> ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2013 weeks 20 & 21]  
[https://www.youtube.com/watch?v=JnVYE\\_W-dDY](https://www.youtube.com/watch?v=JnVYE_W-dDY) ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2013 weeks 30 & 31]  
<https://www.youtube.com/watch?v=rcRCLt14-WI> ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2014 weeks 14 & 15]  
<https://www.youtube.com/watch?v=jdXbIfgory0> ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2014 weeks 23 & 24]  
<https://www.youtube.com/watch?v=uFlCykg14U8> ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2015 weeks 14 & 15]  
<https://www.youtube.com/watch?v=P9V1YkLwZ9o> ultimo accesso 30/11/2015.

- Japanese Tv Commercials [2015 weeks 16 & 17]  
<https://www.youtube.com/watch?v=QayOxDtFs6M> ultimo accesso 30/11/2015.
- Japanese Tv Commercials [2015 weeks 40 & 41]  
<https://www.youtube.com/watch?v=uxUVhn-8kDQ> ultimo accesso 30/11/2015.
- JPCMHD <https://www.youtube.com/user/JPCMHD/videos> ultimo accesso 30/11/2015.
- Lawson Fresh. Disponibile all'indirizzo: <http://fresh.lawson.jp/> visualizzato il 24/03/2015.
- Lawson Select. Disponibile all'indirizzo:  
<http://www.lawson.co.jp/recommend/select/> visualizzato il 24/03/2015.
- Lawson Store 100. Disponibile all'indirizzo: <http://store100.lawson.co.jp/> visualizzato il 05/04/2015.
- Lawson Store. Disponibile all'indirizzo: <http://www.lawson.co.jp/index.html> visualizzato il 24/03/2015.
- Lawson Uchi Café Sweets. Disponibile all'indirizzo:  
<http://www.lawson.co.jp/recommend/uchicafe/sweets/> visualizzato il 24/03/2015.
- Machi Café. Disponibile all'indirizzo: <http://machicafe.lawson.jp/> visualizzato il 24/03/2015.
- Mastrangelo, Matilde; Ozawa, Naoko; Saito Mariko (2006). *Grammatica giapponese*. Milano: Hoepli.
- Natural Lawson. Disponibile all'indirizzo: <http://natural.lawson.co.jp/index.html> visualizzato il 24/03/2015.
- Nihon Daijiten Kankōkai (a cura di) (2002) *Nihon Kokugo Daijiten* (Grande dizionario di giapponese). Tōkyō: Shōgakukan. Disponibile all'indirizzo:  
<http://japanknowledge.com/> visualizzato il 22/04/2015.

- Ono, Masahiro (2007). *Nihongo onomatope jiten* (Dizionario degli ideofoni della lingua giapponese). Tōkyō: Shōgakukan.
- Ono, Masahiro (2007). *Onomatope ga aru kara nihongo ha tanoshii, giongo – gitaigo no yutakana sekai* (Il giapponese è divertente grazie alla presenza degli ideofoni). Tōkyō: Heibonsha.
- Oyatsu goro. Disponibile all'indirizzo:  
<http://www.lawson.co.jp/recommend/okashi/oyatsugoro/> visualizzato il 24/03/2015.
- Tamori, Ikuhiro (1991). *Nihongo Onomatope no Kenkyū* (Studi sugli ideofoni della lingua giapponese). Kōbe: Kōyū Insatsu.
- Tamori, Ikuhiro (2002). *Onomatope Gion - Gitaigo wo tanoshimu* (Divertirsi con gli ideofoni). Tōkyō: Iwanamishoten.
- Tokui, Sotoaki (2007). *Henna kotoba no tsū ni naru, yutakana nihongo, onomatope no sekai* (Diventare un esperto delle parole più strane, un giapponese vario, il mondo degli ideofoni). Tōkyō: Shōdensha.
- Tollini, Aldo (1999-2000). *Introduzione al kanbun kundoku*. Venezia: Ca' Foscarina.
- Voeltz, F. K. Erhard; Kilian-Hatz, Christa (2001). *Ideophones* (Ideofoni). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Yagi, Hiromi (1998). *Comunicare giapponese: corso introduttivo di business japanese*. Milano: Egea.
- Yamaguchi, Nakami; Satō, Yuki (2006). “*Giongo – Gitaigo*” *Tsukaiwakechō* (Quaderno per diversificare l'uso degli ideofoni). Tōkyō: Sankaidō.

- Yoshifumi, Hida; Yoshihide, Endo; Masanobu, Kato; Takeyoshi, Sato; Kiyoto, Hachiya; Tomiyoshi, Maeda (2007). *Nihongogaku Kenkyū Jiten The Research Encyclopedia of Japanese Linguistic*. Tōkyō: Meijishoin.
- Zingarelli, Nicola (2015). *Lo Zingarelli, vocabolario della lingua italiana*. Bologna: Zanichelli editori.

## Ringraziamenti

Per la stesura di questo elaborato innanzitutto devo ringraziare mia madre, senza la quale non avrei mai potuto raggiungere questo magnifico traguardo. Mi ha permesso di viaggiare e mi è stata vicina nei momenti più duri. Inoltre vorrei ringraziare mia nonna. Grazie a lei ho potuto dedicare tutto il mio tempo allo studio senza dovermi preoccupare anche delle faccende di casa.

Per questi cinque anni trascorsi tra lezioni, esami e oversease devo ringraziare il miglior team di studio che potessi desiderare: Emanuele, per lo stimolo costante a migliorarmi e per la continua competizione agli esami; Valentina per non avermi mai abbandonata a lezione; Federico, per i consigli di fitness sempre precisi e funzionali; Mattia, sempre con la battuta pronta, per aver reso le nostre giornate più colorate e divertenti.

Ad interrompere la monotonia delle giornate di studio a Verona, devo ringraziare Irene, Chiara e Francesca, che nonostante gli impegni, mi hanno permesso di passare tante serate in compagnia che spero continuino nel tempo.

Un ringraziamento speciale va alla mia ex coinquilina Elena per avermi sempre tenuta aggiornata sulle *news* della residenza.

Ed infine, ultime ma non meno importanti, Widad e Mariam. Devo ringraziarle per avermi sempre saputo consigliare per il meglio e per avermi infuso fiducia e tenacia, ma senza dimenticare anche i consigli di stile e di make-up.

Grazie di cuore a tutti.