

Il paesaggio linguistico fiumano

Stolac, Diana; Hlavač, Jim

Authored book / Autorska knjiga

Publication status / Verzija rada: **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

Publication year / Godina izdavanja: **2022**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:887342>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported / Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-31**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



štada?!

U OVOJ KUĆICI
UČIŠE SE PISMENOSTI
DJECA TRSAT
1846 - 1856

150 - GODIŠNJICI ŠKOLE
1819 - 1969 OSNOVNA ŠKOLA
TRSAT



**Diana Stolac
Jim Hlavač**

Traduzione italiana di Angela Tiziana Tarantini

KREPAT MA NE MOLAT

MARISA MADIERI
FIUME. 1938. - TRIESTE. 1996.

SCRITTRICE DI FAMA EUROPEA
VISSE IN QUESTA CASA FINO AL 1949.
NELLE SUE OPERE VIVONO
CON AMORE E POESIA
LA BELLEZZA E LA COMPLESSITÀ
DI QUESTA CITTÀ

IL CONSIGLIO DELLA MINORANZA NAZIONALE
ITALIANA PER LA CITTÀ DI FIUME

Nacionalni park / National Park



Risnjak

17 4 2500 m

REPUBLIKA HRVATSKA
REPUBBLICA DI CROAZIA
OŠ - SE BELVEDERE
RIJEKA - FIUME



FIUMARA

koltrina OUTLET

GRAD
EUGENIO CASASINI
NATO NEL
ARRESTATO MARZO 1944
INFERMATO A BIRLETTA
DI SAN SABBA
DEPORTATO 1944
AUSCHWITZ
ASSASSINATO IN DATA IGNORATA



GRAD
RIJEKA

1 WAY
2 SAY
3 WORDS
4 YOU
I LOVE YOU
♥

The
BEERTIJA
KLUB.

RIPERAJ

THE
HOSTS

IL PAESAGGIO LINGUISTICO FIUMANO

Volim grad koji teče...

KORZO

51000
BALHAZARGRAD

Zapovest koja ističe, to je pravi
grad koji teče...

Diana Stolac e Jim Hlavač

IL PAESAGGIO LINGUISTICO FIUMANO

Diana Stolac & Jim Hlavač, Il paesaggio linguistico fiumano
Fotografie di Damir, Dunja e Darko Stolac

Il volume esce con i contributi di:

Il Paesaggio Linguistico Fiumano (Fiume CEC2020 – 27 quartieri – Campus di quartiere)

Il patrimonio letterario della Croazia dal XVIII al XX secolo (Università degli Studi di Fiume, Sovvenzione per il progetto: uniri-human-18-285.)

Revisori: Prof.ssa Tanja Gradečak
Prof.ssa associata Anastazija Vlastelić

Revisione linguistica della Prof.ssa associata Gianna Mazzieri-Sanković

Traduzione a cura di Angela Tiziana Tarantini

Casa Editrice: Università degli Studi di Fiume, Facoltà di Lettere e Filosofia

Per l'editore: Professore ordinario Aleksandar Mijatović

Caporedattore: Prof.ssa associata Ines Srdoč-Konestra

Progetto grafico: Grafomark, Zagabria

Stampa: Tiskara Sušak, Fiume

Tiratura: 300 copie

ISBN 978-953-361-049-8

Scheda CIP depositata in ambiente informatico presso la Biblioteca dell'Università degli Studi di Fiume al numero 150309002

Copyright © 2022 Università degli Studi di Fiume, Facoltà di Lettere e Filosofia

Diana Stolac e Jim Hlavač

IL PAESAGGIO LINGUISTICO FIUMANO



Università degli Studi di Fiume
Facoltà di Lettere e Filosofia

Fiume 2022

I contributi per la pubblicazione di questo libro sono stati erogati dal Ministero della Scienza e dell'Istruzione della Repubblica Croata, dall'Università degli Studi di Fiume, dalla Regione Litoraneo-Montana, dalla Città di Fiume, Comunità degli Italiani di Fiume, dall'azienda Čistoća Ltd, e dalla Filiale di Fiume della Camera di Commercio Croata.



UNIRI



primorsko
županija goranska



GRAD RIJEKA

Comunità degli Italiani di Fiume
Zajednica Talijana Rijeka



Komunalno društvo
ČISTOĆA d.o.o.
za održavanje čistoće i gospodarenje otpadom
Dolac 14, 51000 Rijeka



CROATIAN
CHAMBER OF
ECONOMY
RIJEKA COUNTY CHAMBER

Indice

Nota introduttiva	7
I.	
I paesaggi linguistici	13
Il paesaggio linguistico croato	27
II.	
Il paesaggio linguistico fiumano nella storia	39
III.	
Il paesaggio linguistico fiumano oggi	53
Le varie lingue intorno a noi	89
IV.	
L'identità di Fiume nelle insegne pubbliche	101
Vari tipi di insegne in luoghi pubblici	123
Pubblicità ovunque	141
V.	
Fiume capitale europea della cultura 2020	161
L'imprevisto: il COVID-19	169
VI.	
La Regione Litoraneo-Montana	181
VII.	
Osservazioni conclusive	215
Bibliografia	221
Nota sugli autori	230
Nota sul traduttore	231

Nota introduttiva

È solo a partire dagli ultimi decenni del XX secolo che il paesaggio linguistico emerge come area di ricerca indipendente, e con i primi decenni del XXI secolo si assiste a un'esplosione di studi in questo ambito.

Questi studi offrono una prospettiva che ci consente di analizzare la lingua delle insegne pubbliche – da quelle in una sola lingua a quelle in più lingue. Le prime località studiate erano solitamente aree in cui gli abitanti parlavano diverse lingue. Di conseguenza, i principi teorici e metodologici inizialmente postulati hanno subito l'influenza di esempi tratti dalle periferie meridionali degli Stati Uniti, dal Canada e dallo stato di Israele. Di seguito le aree oggetto di ricerca sono incrementate e ora comprendono località europee quali i Paesi Bassi, il Belgio, e altre.

Con la diffusione dell'inglese a livello mondiale e per gli effetti sempre più marcati della globalizzazione, è ormai chiaro che la ricerca sul paesaggio linguistico stia iniziando a fornire nuovi dati sui cambiamenti in corso. Mentre in precedenza le insegne in molte località erano prevalentemente monolingue, la situazione adesso sta cambiando ed è ormai evidente che l'immagine linguistica del mondo si stia sempre più fermamente dirigendo verso il multilinguismo.

Mentre gli studi iniziali si focalizzavano su politiche linguistiche, insegne ufficiali e spazi urbani, col tempo sono emersi studi in altri ambiti, quali quelli che si focalizzano su patrimoni linguistici, insegne private o commerciali, pubblicità e graffiti. Risultati di rilievo provengono anche da altre discipline. Per esempio, l'interesse dei ricercatori in Studi Turistici nei confronti dei paesaggi linguistici ha aperto nuove prospettive su quanto sappiamo delle aree rurali. Ulteriori e più recenti sviluppi comprendono una transizione verso una più ampia interpretazione della semiotica che prende in considerazione anche insegne prive di componenti verbali.

Con questo livello di interesse di ricerca su scala mondiale era logico che i linguisti croati avrebbero presto iniziato a fare ricerca sul loro paesaggio linguistico e oggi possiamo indicare un numero di località che sono divenute oggetto di studio. Allo stesso tempo va detto che la 'mappa' delle aree oggetto di ricerca in Croazia sembra un po' 'spoglia', con solo un esiguo numero di punti che rappresentano quelle finora analizzate. Tuttavia, con il crescente interesse in questa disciplina sociolinguistica, si prevede un incremento del numero delle località che diverrà oggetto di studio.

Poiché nel nostro studio analizziamo un'altra località della Croazia, questo testo si va ad aggiungere al corpus di ricerca già esistente. Il titolo ufficiale del libro è *Il paesaggio linguistico fiumano*, mentre si potrebbe dire che il suo titolo ufficioso nella fase di stesura delle bozze sia *Una descrizione della Fiume urbana attraverso le sue insegne pubbliche*.

Per anni il primo autore ha fotografato e catalogato varie insegne nel centro di Fiume, nelle sue aree suburbane e nelle periferie più esterne della città, così come altrove, nella Regione Litoraneo-Montana. Speriamo di riuscire a fornire ai lettori una rappresentazione della realtà linguistica di Fiume e dintorni. A tale scopo ci concentreremo sui testi visivi che si trovano in luoghi pubblici e che sono scritti in una lingua, in più lingue e perfino in dialetto.

Al fine di raggiungere il maggior numero di lettori possibile, abbiamo deciso di pubblicare questo testo come edizione trilingue: croato, inglese e italiano.

I lettori potrebbero notare una differenza nello stile usato nelle sezioni introduttive del testo rispetto alla parte principale. Tale differenza è voluta. Le sezioni introduttive di questo libro sono incentrate sulla cornice teorica e metodologica, e offrono una panoramica sulla ricerca condotta sui paesaggi linguistici sia all'interno che al di fuori dei confini della Croazia. Lo stile di scrittura pertanto è accademico, e siamo consapevoli che alcuni lettori potrebbero trovarlo alquanto impegnativo. Le sezioni centrali del libro sono scritte in uno stile più accessibile seppur sempre accademico, e il formato del libro presenta immagini accompagnate da didascalie che si leggono facilmente pur essendo scientificamente solide.

Gli elementi comuni alle sezioni centrali del testo che verranno presi in esame sono: (I.) le insegne pubbliche ufficiali (che sono di dominio delle amministrazioni statali e municipali, compresi i nomi delle vie); (II.) le insegne pubbliche non ufficiali (appartenenti a istituzioni e organizzazioni, e insegne che contengono pubblicità); (III.) altre insegne (insegne private che si trovano in luoghi pubblici, graffiti, ecc.). Le insegne saranno poi descritte in base alla forma linguistica usata: (A) il croato standard; (B) il croato standard più un'altra lingua; (C) una lingua che non è il croato (ad es. italiano, ungherese, inglese); (D) un dialetto croato; (E) altro. Inoltre esamineremo: (a) la struttura delle insegne; (b) la scelta della lingua; (c) l'ordine delle lingue in insegne multilingui; (d) la conformità alle regolamentazioni ufficiali; (e) la mancanza di conformità alle norme o alle regolamentazioni ufficiali, ecc. Non meno importante è il fatto che in base a queste caratteristiche è possibile rilevare diverse applicazioni degli standard normativi ma anche diversi approcci e attitudini nei confronti di quegli standard, così come i valori a essi attribuiti. Abbiamo inoltre rilevato casi in cui quegli standard normativi non sono stati affatto applicati.

La nomina di Fiume a Capitale Europea della Cultura per il 2020 ha ispirato la stesura di questo libro. In questo volume, Fiume è rappresentata come un'area urbana tradizionalmente multilingue e multiculturale caratterizzata da grande tolleranza. Più precisamente, Fiume è qui presentata come parte dello spazio culturale europeo del XXI secolo, così come i riferimenti storici contenuti in questo testo presentano Fiume come parte dello spazio culturale europeo dei secoli passati.

La documentazione visiva di una località attraverso immagini fotografiche è parte integrante della descrizione di qualsiasi paesaggio linguistico. Questa attività è stata intrapresa dagli autori, generosamente assistiti da Damir Stolac, poi proseguita da Dunja Stolac, entrambi affetti dal 'virus del paesaggio linguistico.' Siamo rimasti sorpresi e positivamente impressionati da quello che le loro macchine fotografiche sono riuscite a catturare.

Vorremmo esprimere la nostra gratitudine ai revisori della proposta iniziale di questo libro, la Prof.ssa Tanja Gradečak e la Prof.ssa Anastazija Vlastelić, per il loro supporto e per i loro consigli ben accetti, compresi commenti del tipo "smettetela di scrivere 'vorremmo aggiungere una precisazione'".

La proposta iniziale per questo libro e la relativa mostra nel Campus dell'Università degli Studi di Fiume è stata accettata nel bando di gara *Rijeka EPK2020 – 27 susjedstava – Susjedstvo Kampus* ('Fiume ECC2020 – 27 quartieri – Campus di quartiere') che ha fornito i primi fondi per questo libro. Ulteriore supporto finanziario è stato fornito dalla Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Fiume, che ha elargito fondi per il progetto *Hrvatska pisana baština od 18. do 20. stoljeća* ('Il patrimonio letterario croato dal XVIII al XX secolo') e dal Ministero della Scienze e dell'Istruzione in Croazia. Li ringraziamo sentitamente per il loro supporto. Nella stesura della versione italiana del libro siamo stati sostenuti dall'Unione Italiana di Fiume che ringraziamo sentitamente.

E cogliamo l'occasione per rivolgerci direttamente a voi, cari lettori, nel presentarvi questo libro. Indipendentemente dall'incontro che avrete con Fiume – sia questo in veste di studenti, turisti, o viaggiatori di passaggio – speriamo che possiate conoscere Fiume come la *vostra* città, il *vostra* quartiere, e come un'entità urbana vitale; come una città in cui siete benvenuti, come si vede dalle insegne che si trovano sui suoi edifici, sui suoi autobus, sui suoi cartelli stradali e in molti altri luoghi.

Vi invitiamo a 'salpare verso' e 'sbarcare in' un 'porto della diversità', o come diciamo in croato *luka različitosti*, e a esplorare l'identità di Fiume attraverso le sue insegne pubbliche.

Diana Stolac and Jim Hlavač

Pensiamo in lingua.
Pensiamo in parole.
La lingua è il paesaggio del pensiero.

George Carlin

I.

Il paesaggio linguistico

Il termine 'paesaggio', nella sua accezione comune, si riferisce alle caratteristiche visibili di una determinata area, sia nel suo stato naturale che palesemente plasmata dall'uomo. Il termine 'linguistico' rimanda a tutto ciò che ha a che fare con la lingua, per cui l'espressione 'paesaggio linguistico' fa riferimento a ogni forma linguistica presente e individuabile in un'area, urbana o rurale che sia. In conformità con una definizione che prende in considerazione le entità visive del paesaggio, la prima fase della ricerca sui paesaggi linguistici si è soffermata quasi esclusivamente sui segni visibili. Ultimamente però altre forme di presenza linguistica sono state a loro volta oggetto di studio, come ad esempio quelle udibili. Ancora più recente è lo studio di forme di comunicazione multimodale e interattiva presenti in aree pubbliche. Qui di seguito verrà fornito un quadro generale di alcuni filoni di ricerca e delle principali tendenze in quella che è una sottodisciplina relativamente giovane.

Il termine 'paesaggio linguistico' è stato usato per la prima volta da Landry e Bourhis (1997) in riferimento alla lingua delle insegne pubbliche presenti in diverse province del Canada. Gli studi sulla lingua utilizzata in luoghi pubblici sono antecedenti al 1997, e ce ne sono diversi altri che possono essere retroattivamente inclusi nella definizione di 'paesaggio linguistico', come ad esempio quelli di Rosenbaum et al. (1977), Tulp (1978), o Wenzel (1996). Sebbene Landry e Bourhis abbiano analizzato sia aree urbane che rurali, la maggior parte degli studi sul paesaggio linguistico si è concentrata su centri urbani come Parigi (Calvet, 1994), Roma (Griffin, 2004), o Bangkok (Huebner, 2006). In quanto conglomerati di attività umane, le città rappresentano luoghi molto ricchi dal punto di vista linguistico. Studi sociolinguistici incentrati sui parlanti dei centri urbani, come quelli condotti a New York da Labov (1972) e a Belfast da Milroy (1980), hanno influenzato gran parte dei primi studi degli anni '80 e '90 sui paesaggi linguistici. Inoltre, i modelli utilizzati in dialettologia urbana e in sociolinguistica variazionista sono stati determinanti nel fornire una base teorica e metodologica per lo studio delle insegne pubbliche e di altri testi scritti esposti nei luoghi pubblici delle città. Anche altri ambiti di ricerca, fra cui la vitalità etnolinguistica, il mantenimento

e mutamento linguistico, la sociologia del linguaggio, e la politica e la pianificazione linguistica, hanno avuto un notevole impatto su numerosi studi sull'argomento. La maggior parte della ricerca si è soffermata sulle aree urbane e questo ha fatto sì che il termine *linguistic cityscape* ("paesaggio linguistico urbano") venisse talvolta utilizzato come sinonimo di *linguistic landscape* ("paesaggio linguistico").

Una considerazione importante sulla nostra concezione di paesaggio linguistico come sottodisciplina relativamente giovane della linguistica riguarda il concetto di 'segno'. I primi modelli di teoria semiotica nella tradizione di Ferdinand de Saussure proponevano una relazione bilaterale tra un 'significante' nella sua forma concreta e un 'significato' come relativo contenuto concettuale (de Saussure, 1916: 65-70). Un modello per certi aspetti differente è quello del filosofo americano Charles Peirce, il quale propone un'interazione triadica che presenta una terza entità, chiamata 'interpretante'. Un interpretante è un lettore o ascoltatore il cui processo di interpretazione o traduzione rende possibile la corrispondenza tra significante e significato (Atkin, 2013). L'idea di base è che l'interazione umana con un segno è fondata sul *come* interpretiamo il segno stesso, oltre che sugli altri due fattori, significante e significato.

Il termine 'geosemiotica' coniato da Scollon e Scollon (2003:2) all'inizio del nuovo millennio sembra funzionare da coiponimo al termine 'paesaggio linguistico', in quanto si riferisce allo "studio del significato sociale della collocazione dei segni e dei discorsi, ma anche delle nostre azioni nel mondo materiale."¹ Mentre il termine 'paesaggio linguistico' rimane quello più utilizzato, il concetto di 'geosemiotica' riflette un ampliamento del terreno di analisi che porta allo studio, oltre che del contenuto e della forma dei testi, di altre caratteristiche tra cui la loro multimodalità (in quanto segni visibili, udibili o mobili), la loro collocazione, e l'ordine dell'interazione. Questo filone di ricerca mette in primo piano il mondo sociale e materiale in cui si trovano i segni, e ha come presupposto la nozione che il significato dei segni derivi dalla loro relazione con altri segni all'interno degli ambienti materiali e sociali a cui essi appartengono. Questi concetti verranno tuttavia chiariti più avanti.

Le prime ricerche si sono spesso concentrate su città bilingui o multilingui come Bruxelles (Wenzel, 1996), Montreal (CLF, 2000) o Gerusalemme

¹ Tutte citazioni presenti nel testo sono state tradotte da Angela Tiziana Tarantini salvo dove indicato diversamente.

(Ben-Rafael et al., 2006). Questi studi valutavano tipicamente insegne, cartelloni pubblicitari e altri tipi di annunci visivi in base alla lingua in cui erano scritti, e li ponevano a confronto con le linee guida sull'uso delle lingue ufficiali (laddove esistenti) e/o al numero stimato di parlanti delle diverse lingue parlate nella città. Sebbene registrassero dati quantitativi, questi studi erano influenzati anche da discipline come la geografia sociale, la demografia, le politiche linguistiche e le ricerche sul multilinguismo (in caso di diglossia o poliglossia). Gli studi condotti da Wenzel (1996) su 701 insegne pubbliche situate in un tratto lungo 12,3 km nella città di Bruxelles hanno rilevato che di queste, il 56,6% era scritto in francese, il 24,2% in olandese, il 9,7% in inglese e il 2,5% in altre lingue (di solito corrispondenti alle lingue parlate dai migranti nella città in questione), mentre il 7,1% delle insegne non presentava alcun tipo di testo (ossia erano composte da sole immagini). I risultati degli studi di Wenzel (1996) da un lato erano congruenti con quella che è la situazione di Bruxelles, città prevalentemente francofona, ma dall'altro incongruenti con le politiche linguistiche ufficiali della città stessa, le quali prevedono che le insegne pubbliche siano scritte sia in francese che in olandese. Le ricerche effettuate dal *conseil de la langue française* ("consiglio della lingua francese", CLF 2000: 51) del Québec, in Canada, sulle insegne pubbliche a Montreal, città prevalentemente francofona, hanno a loro volta registrato un'alta percentuale di insegne scritte esclusivamente in francese (il 73,3% nel 1997 e il 69% nel 1999). La percentuale di insegne scritte esclusivamente in inglese, benché piccola, (4,5% nel 1997 e 5,8% nel 1999), dimostra tuttavia come non sempre venga rispettato il requisito legale secondo cui il francese debba essere presente su *tutte* le insegne e sia consentita una dicitura in lingua straniera purché essa sia posta dopo o sotto la scritta in francese.

Lo studio di Ben Rafael et al. (2004) sulla città di Gerusalemme comprende non solo le due lingue ufficiali dello stato di Israele, l'ebraico e l'arabo, ma anche l'inglese, anch'esso ampiamente utilizzato, e fornisce riferimenti incrociati sulla lingua (o le lingue) delle insegne di tre aree di Gerusalemme in cui sono presenti profili etno-religiosi diversi. Le convenzioni più frequenti per ogni area sono le seguenti:

- un quartiere a prevalenza ebraica situato a ovest della città ha registrato il 49,6% delle insegne scritte solo in ebraico e il 44,6% in ebraico e inglese.

- un altro quartiere a ovest, ma a prevalenza israelo-palestinese, presentava il 39,4% di insegne scritte sia in ebraico che in arabo, e il 24,1% in ebraico, arabo e inglese.
- un quartiere prevalentemente di parlanti arabi, situato invece a est di Gerusalemme, ha registrato il 55,8% di insegne scritte in arabo e inglese e il 20,9% esclusivamente in arabo (Ben-Rafael et al., 2004:22; 2006:17).

Gli studi fin qui menzionati relativi all'uso di più lingue, così come lo sviluppo della ricerca sul paesaggio linguistico come sottodisciplina, sono stati fortemente influenzati dalla ricerca sul bilinguismo e sul multilinguismo. Le insegne pubbliche, fra le altre cose, fungono da esempio tangibile della presenza di una lingua, e questa funzione assume un significato non solo in quanto strumento per trasmettere un contenuto referenziale a chi legge l'insegna, ma acquisisce anche un significato simbolico che evidenzia quale lingua o quali lingue abbiano lo *status* di lingua ufficiale o svolgano una particolare funzione in una determinata località.

I ricercatori che studiano le lingue minoritarie, siano esse autoctone o trasposte recentemente tramite immigrazione, ai giorni nostri attingono comunemente alle descrizioni dei paesaggi linguistici delle località come indice della *presenza* di quella lingua stessa, come dimostrano gli studi di Gorter, Aiestaran e Cenoz (2012) e di Lou (2016). La visibilità degli elementi compresi nelle descrizioni dei paesaggi linguistici implica che gli attivisti e/o le autorità governative impegnati/e nella sensibilizzazione alla presenza e all'uso funzionale di una lingua minoritaria potrebbero iniziare a considerare le insegne pubbliche come uno strumento per raggiungere il proprio obiettivo. Il *Welsh Language Act* del 1993, ad esempio, prevedeva che le municipalità locali e le autorità addette alla pianificazione utilizzassero nomi gallesi per nuove strade o nuovi enti, e incoraggiava le imprese locali a esporre insegne bilingui. Nel 2009, l'Assemblea Nazionale del Galles ha auspicato che il Paese venisse *visto* come bilingue, e nello stesso anno le linee guida per la pianificazione sostenevano chiaramente che "le insegne possono avere un impatto ben visibile sul carattere del territorio, tra cui il carattere linguistico" (Planning Guidance Wales 2000, citato in Hornsby e Vigers, 2012: 63-64).

Sebbene la maggior parte dei ricercatori che si occupano di paesaggio linguistico abbiano un background in linguistica, l'esempio del Galles

dimostra come la disciplina si intersechi con aree di studio quali la pianificazione urbana e le politiche sociali.

In Scozia e in Galles, la forma e il posizionamento della segnaletica stradale scritta rispettivamente in gaelico e gallese oltre che in inglese sono stati oggetto di negoziazioni fra chi si occupa della gestione del traffico e gli ufficiali di pubblica sicurezza (Hornsby and Vigers, 2012). È chiaro come il numero di pratiche e di soggetti coinvolti possa determinare la forma di un'insegna, e come il codice linguistico usato sia solo uno degli aspetti della stessa.

Altre aree di studio rilevanti per quei ricercatori che vogliono adottare un approccio interdisciplinare alla ricerca sui paesaggi linguistici sono: economia e commercio, scienze politiche, grafica, architettura, allestimento di negozi e centri commerciali, trasporti, turismo, organizzazione eventi, antropologia, tutela della salute e sicurezza sul lavoro, ed altri ancora. In realtà il numero delle discipline è addirittura superiore, come riportato da Pavlenko nella sua descrizione delle insegne pubbliche e dei testi usati nelle stesse a Kiev. Attingendo a ricerche condotte in ambito storico e perfino archeologico, Pavlenko (2010) dimostra come queste discipline possano contribuire a dare un quadro più completo di come e perché le insegne, col tempo, abbiano assunto la loro attuale forma linguistica. I paesaggi linguistici sono anche interessanti in quanto rappresentativi di due forze che interagiscono nelle relazioni sociali: quelle *top-down* – ossia di autorità nazionali (o regionali o locali, o ultimamente addirittura sovra-nazionali) regolamentate per quanto riguarda l'uso e la forma di insegne pubbliche – e quelle *bottom-up*, ossia di lavoratori del settore commerciale, e di individui o gruppi all'interno di una comunità che usano le insegne per altri scopi. Per codurre analisi *top-down* dei paesaggi linguistici, i ricercatori necessitano di competenze e conoscenze in ambiti come quelli delle politiche pubbliche, delle dinamiche tra i partiti politici, della demografia, della sociologia, e della giurisprudenza (sia a livello esecutivo che giudiziario). Per un'analisi *bottom-up* è indispensabile che ci sia collaborazione fra i linguisti e gli esperti in ambiti quali il commercio, l'industria, il turismo, l'assistenza sociale e minorile, l'educazione civica e le organizzazioni non governative, lo sport, la musica e altri ancora. La dicotomia *top-down/bottom-up* può essere una variabile applicata nella quantificazione delle insegne: Backhaus (2007: 81) riporta che delle 2.444 insegne pubbliche e commerciali in 29 stazioni della rete metropolitana di Tokyo, il 71,3% (n = 1.743) era *bottom-up*.

In un altro studio condotto a Kiev, questa volta incentrato sull'uso delle insegne scritte in russo, Pavlenko (2012) evidenzia l'attuale politica *top-down* secondo la quale l'ucraino è l'unica lingua ufficiale del paese. Pavlenko contestualizza il suo studio rifacendosi alle politiche antecedenti il 1991, menziona l'effetto del flusso migratorio interno da altre parti dell'Ucraina (e della URSS) verso Kiev nell'arco del XX secolo, e come questo abbia svolto un ruolo nel sancire le politiche antecedenti al 1991. In relazione ai livelli di competenza linguistica riportati dai residenti di Kiev in ucraino e russo e alle convenzioni di uso linguistico in diversi domini, i dati sono *bottom-up*. Questo tipo di approccio pluridimensionale è ormai diventato un tratto distintivo degli studi sul paesaggio linguistico. Un esempio in questo senso è il progetto di Szabó Gillinger, Sloboda, Šimičić e Vigers (2012), per il quale la raccolta dati avviene in quattro luoghi diversi, e i dati raccolti in ciascuno di questi luoghi includono campioni da più corpora. Il loro corpus principale sono i media (sia in formato stampa che elettronico) e i siti dei governi locali, e questo viene a sua volta integrato con osservazioni etnografiche localizzate di insegne scritte e lingua/e parlata/e dai residenti nelle aree dove si trovano le suddette insegne. Un ulteriore elemento del loro campione sono delle interviste incentrate sulla lingua con i residenti di tutte le località prese in esame.

Gli studi sul paesaggio linguistico spesso sono incentrati sugli atteggiamenti linguistici. Marten (2012) riscontra atteggiamenti *top-down* di centralismo e normatività per la quasi totale assenza di insegne in lettale, una lingua locale parlata nella Lettonia orientale. Un altro studio esamina il gaelico scozzese, una lingua a rischio di estinzione, e come l'introduzione di questa in aggiunta all'inglese sia stata accolta dagli abitanti locali. Hornsby e Vigers (2012: 60) hanno riscontrato come l'introduzione di insegne stradali in gaelico scozzese e in inglese nella parte occidentale della Scozia sia stata accolta positivamente dalle municipalità locali, ma si sono imbattuti in un parlante gaelico – un parlante che si sperava avrebbe acquisito un senso di importanza dall'inclusione della propria lingua – che ha espresso la preoccupazione che l'aggiunta del gaelico avrebbe potuto creare confusione ai guidatori. Nello stesso contesto, questa volta in relazione alle insegne multilingui che contenevano le due suddette lingue oltre al polacco, una lingua attualmente parlata da un numero rilevante di persone recentemente migrate in quell'area. Secondo Hornsby e Vigers (2012: 61), nessun parlante nativo inglese fra

gli informanti ha mosso obiezione sull'inclusione del polacco, lingua che conta un numero sempre maggiore di parlanti in Scozia, ma hanno registrato delle riserve da parte dei parlanti polacchi sul fatto che la loro lingua fosse trattata alla stregua di una lingua autoctona: il gaelico. Questo dimostra che, sebbene molti parlanti di lingue minoritarie, se non la maggioranza, siano favorevoli alla visibilità della loro lingua in luoghi pubblici, ci possono essere altri aspetti che portano alcuni a ritenere opinabile l'inclusione della loro lingua. Aiestaran, Cenoz e Gorter (2010: 232) hanno quantificato le percezioni di parlanti spagnoli e baschi sull'occorrenza delle insegne monolingui (in una qualsiasi delle due lingue), bilingui o multilingui (con l'aggiunta di inglese e francese) nella località di Donostia/San Sebastian, nel nord della Spagna, e hanno riscontrato che entrambi i gruppi considerano lo spagnolo nel complesso dominante, ma i parlanti baschi hanno l'impressione che il basco venga usato meno di quanto non pensino i parlanti spagnoli. Questi risultati contrastanti ci ricordano il ruolo svolto dall' "interpretante", ossia da colui che vede o legge le insegne, nella ricezione delle insegne stesse.

L'articolo originale di Landry e Bourhis (1997) era fortemente incentrato sulla presenza di una lingua che nell'insieme delle province e dei territori del Canada ha lo stato di lingua minoritaria, ossia il francese. Come precedentemente indicato, la vitalità etnolinguistica ha fornito la base per molte delle prime ricerche sul paesaggio linguistico, e Landry e Bourhis (1997: 35) hanno applicato un principio di questo quadro teorico come uno dei loro punti di partenza: "più si usa la lingua minoritaria in insegne governative e private, più la gente percepisce i suoi parlanti come aventi V(italità) E(tnolinguistica)". Fra gli altri lavori che studiano il paesaggio linguistico come un indicatore di vitalità etnolinguistica c'è l'analisi condotta da Shohamy e Ghazaleh-Mahajneh (2012) sull'uso dell'arabo nello stato di Israele.

Una caratteristica della maggior parte dei dati campione della prima ondata di studi sul paesaggio linguistico è che gli elementi inclusi nei suddetti dati sono esempi di lingua scritta e non parlata. Oggetto di ricerca di questi primi studi erano, fra le altre cose, la segnaletica stradale, i nomi di siti, edifici, luoghi e istituzioni, così come le insegne di negozi e i cartelloni pubblicitari. Per distinguere gli "autori" di queste insegne, Scollon e Scollon (2003: 175-189) propongono una distinzione quadripartita: (1) discorsi municipali normativi; (2) discorsi municipali sulle infrastrutture; (3) discorsi commerciali; (4) discorsi trasgressivi. I primi

due tipi di discorso sono chiaramente *top-down*, mentre i discorsi appartenenti alla categoria (3) probabilmente avranno influenze sia *top-down* che *bottom-up*. A questo gruppo possiamo aggiungere i discorsi di associazioni sportive e culturali che sono enti comunitari o non profit. La categoria (4) è chiaramente *bottom-up*, e testi di protesta sociale, petizioni di cittadini o esempi di *street art* anti-gentrificazione (Papen, 2012) possono essere classificati in questa categoria, che comprende anche discorsi non necessariamente trasgressivi, ma tuttavia inaspettati e alquanto personalizzati, quali annunci di animali smarriti appesi a un lampione della luce o cartelli scritti su cartone da mendicanti. Si potrebbe ipotizzare che esista una ulteriore o quinta categoria che comprende le insegne di associazioni sportive o culturali, che sono enti “comunitari” e/o “non profit.”

Un aspetto della forma delle insegne è la loro collocazione. Questa caratteristica è stata identificata da Scollon e Scollon (2003: 2) all'interno del loro concetto di *geosemiotics* (geosemiotica), per cui usano l'espressione *place semiotics* (semiotica del luogo). Questo implica che nell'analisi delle insegne vengono prese in considerazione caratteristiche quali il/i codice/i utilizzato/i, l'ordine dei contenuti testuali, le dimensioni dei caratteri, ecc. così come la presunta longevità e durabilità del materiale di cui è fatta l'insegna. Un altro aspetto strettamente correlato a quanto sopra è il *dove* è posizionata l'insegna, e quali degli elementi circostanti indicizza in maniera diretta o indiretta. Lock (2003) pone a confronto le insegne della *Mass Transit Railway* di Hong Kong, come quelle relative al treno o alla banchina, tipo “mind the gap” (“attenzione allo spazio fra treno e banchina”), con le pubblicità di film o prodotti di bellezza che non hanno alcuna relazione con il luogo in cui si trovano, ovvero uno spazio dedicato ai trasporti pubblici. Anche Barni e Bagna (2008) hanno utilizzato il concetto di luogo semiotico. Hanno documentato 849 insegne collocate in varie zone di Roma, due delle quali ad alta concentrazione di immigrati, e hanno scoperto che erano presenti 23 lingue diverse, e l'italiano risultava quantitativamente predominante. Ma secondo l'indice *dimensione* (ossia quale lingua sia quantitativamente dominante nelle insegne), nel loro campione più dell'italiano (o dell'inglese), di fatto erano rappresentati il cinese e il bengalese. Una scoperta interessante sulle insegne delle stazioni metropolitane di Tokyo e dintorni è riportata da Backhaus (2017), secondo cui mentre sia il giapponese che l'inglese sono ampiamente usati,

[...] l'esistenza di un cospicuo numero di insegne multilingui con un semplice testo in inglese senza una corrispondente versione in giapponese implica che di questi tempi un minimo grado di competenza in inglese sia diventato un requisito fondamentale per comprendere una insegna giapponese (Backhaus, 2007: 143).

Da questo Backhaus (2007: 143) deduce che “il lettore giapponese esclusivamente monolingua è in un certo senso l'eccezione – una nuova minoranza linguistica rimasta indietro a seguito degli sviluppi attuali.” Si può dedurre la stessa cosa per le persone che leggono le pubblicità in India. Bhatia (1987: 35) sostiene che “il *language mixing* è la regola e non l'eccezione” e che la marca dei prodotti di solito è riportata solo in inglese, seguita da dettagli del prodotto in inglese, in hindi o in altre lingue indiane.

Sebbene la maggior parte delle insegne siano strutturate in maniera da consentire al lettore di verbalizzare il contenuto dell'insegna – per quanto l'incremento nell'uso di simboli non alfabetici ed emoticon stiano forse rendendo questo processo più difficile – la forma di un'insegna scritta non deve necessariamente essere indicativa del repertorio verbale standard delle persone che vedono l'insegna. Per esempio, una caratteristica della diglossia delle aree germanofone della Svizzera è che la segnaletica stradale è in alto tedesco, mentre i germanofoni quando parlano fra loro usano per lo più delle varietà di svizzero tedesco. Una simile situazione si riscontra in India, laddove insegne monolingue o bilingui spesso non riflettono la quantità di lingue parlate in determinate aree e la loro occorrenza. In alcune parti dell'Africa si riscontrano situazioni simili, in cui a volte è presente solo la principale lingua indigena, mentre altre lingue indigene locali o lingue con pochi parlanti non sono affatto rappresentate. Timor Est, in Asia, ha due lingue ufficiali, portoghese e tetun, ma il 60% delle insegne prese in esame per una ricerca condotta nella capitale Dili erano scritte solamente in inglese, una percentuale più esigua era in portoghese, e nessuna insegna era in tetun (Holmes e Wilson, 2017: 119). In alcuni casi le insegne pubbliche sono scritte in una lingua che quasi nessuno degli abitanti del luogo conosce. Per esempio, dopo la partizione della Macedonia nel 1913, a tutti i villaggi nella parte egea che era stata annessa alla Grecia è stato dato un nome ellenico e le insegne pubbliche sono state scritte esclusivamente in greco. In molti di questi villaggi, pochissimi o nessuno degli abitanti locali usava il greco

in quanto le lingue parlate erano macedone, vlah, arnauta (albanese), turco o altre lingue.

Un'altra caratteristica tipica dei dati sul paesaggio linguistico è che molte insegne, e in generale molti testi scritti, sono nella versione *standard* della lingua. Questo fatto può non sorprendere se le insegne pubbliche prese in esame sono quelle affisse da autorità, siano esse nazionali o altro, laddove le leggi e i regolamenti prevedano l'uso di una lingua designata per tali insegne (inevitabilmente la variante standard). Questo significa anche che laddove sia permesso l'uso di lingue regionali, è la versione *standard* di tale lingua regionale ad essere utilizzata, e non un'altra variante, come riportano Cenoz e Gorter (2006) per la città frisona olandese di Ljouwert/Leeuwarden. Ma testi visibili quali insegne in locali commerciali, tabelloni pubblicitari o cartelli di agenzie immobiliari non sono solitamente vincolati da regolamentazioni legali o di altra natura ad usare la variante standard e tuttavia lo fanno, nonostante nella maggior parte dei casi la variante standard non sia la lingua usata dalla maggior parte di coloro che leggono tali insegne. Per esempio, la lingua più parlata a Trieste è il triestino, un vernacolo urbano della più ampia regione linguistica del Veneto nel nord est dell'Italia. Nonostante il triestino sia la lingua più parlata nella zona, oltre il 99% delle 9.628 insegne prese in esame nella città sono in italiano standard (inseme ad alcune insegne in sloveno standard), con solo lo 0,23% (n = 22) in triestino. Le insegne in triestino denotano caratteristiche specifiche di Trieste; per esempio, un'insegna che pubblicizza un audiolibro di poesie dialettali riporta la scritta *Trieste zità de veci?... No, de zente vissuda!* ('Trieste, una città di vecchi? No, di gente vissuta!') (Blackwood, 2015: 88).

La bassa incidenza dell'uso di varietà dialettali è forse sorprendente in quanto i pubblicitari o chiunque altro voglia evocare una certa risposta emotiva quale il senso di fiducia o familiarità potrebbe ottenerla tramite queste varietà non standard. Studi di sociolinguistica e dialettologia dimostrano che le varietà non standard sono più spesso associate a tali emozioni di quanto non lo siano le lingue standard (Garrett, 2010). Ciononostante, esempi di uso di varianti non standard sono relativamente rari e quindi cospicui. Un esempio è il caso di *Host an Tschick?* 'Hai un mozzicone?' (ORF, 2015) stampato su un palo che sembra una sigaretta con un'apertura in alto per depositarvi i mozziconi. Il vernacolo di Vienna viene usato per incitare i fumatori a gettare i mozziconi rispettando l'ambiente. In una insolita inversione di ruoli, Four'N Twenty, un pro-

dotto australiano di *meat pies* (pasticci di carne) ricorre a una versione non standard di inglese australiano, e a una campagna pubblicitaria fatta di tabelloni e spot televisivi - "Save our slang" (salviamo il nostro gergo) - come sistema per commercializzare i propri prodotti (Adnews, 2017; Youtube, 2017). Questo ultimo esempio mostra come un'azienda alimentare cerchi di interagire con i consumatori, che sono invitati non solo a consumare i suoi prodotti, ma a considerare il loro modo di esprimersi, indicizzando discorsi metalinguistici.

Come menzionato in precedenza, i primi studi sul paesaggio linguistico avevano come oggetto di studio testi scritti e insegne statiche. Questo di per sé non è un limite e gli studi sul paesaggio linguistico rappresentano un filone di ricerca situato all'interno di o in stretta correlazione con la linguistica variazionista che altrimenti si baserebbe quasi esclusivamente su dati di lingua parlata. Gli studi sul paesaggio linguistico hanno spesso adottato un approccio congruente ma con dati complementari in quanto di solito si basavano sulla lingua scritta. Come notano Blommaert e Maly (2014: 2) "[gli studi sul paesaggio linguistico] costringono i sociolinguisti a prestare maggiore attenzione all'*alfabetizzazione*... [il cui ruolo] nelle economie sociolinguistiche storicamente è stato minimizzato". In questo modo i paesaggi sociolinguistici hanno portato all'attenzione dei linguisti dei testi fino ad allora considerati ubiquitari e forse meno dinamici di quelli in lingua parlata. Oggigiorno le forme di comunicazione multimodali e interattive che si trovano negli spazi pubblici non hanno sostituito le iscrizioni e le insegne scritte, ma piuttosto coesistono con esse, e svolgono funzioni diverse o parzialmente equivalenti. I paesaggi urbani al giorno d'oggi comprendono schermi piatti, pareti video e altri stimoli visivi dinamici. Queste immagini su schermi digitali sono mobili e mutevoli, e le immagini fisse fanno parte di un campione di dati che a volte devono essere integrati da registrazioni video, e utilizzano un tipo di linguaggio figurato presente in molti *streetscape* (letteralmente, "paesaggi stradali").

Un altro tipo di insegne non statiche sono quelle che non sono digitali ma sono tuttavia mobili, come ad esempio testi su automobili, autobus, treni, ma anche su borse o abiti che le persone indossano. Il concetto di 'apertura' dello spazio pubblico può dover essere ampliato per includere quei testi presenti in spazi chiusi, come per esempio all'interno di un taxi (Lock, 2003), di un cinema o di un ristorante (Cenoz e Gorter, 2006). Partendo dal lavoro di Scollon e Scollon (2003) e localizzando un filone di

ricerca rappresentativo della 'seconda ondata di studi sul paesaggio linguistico', Jarowski e Thurlow (2010: 7) propongono il concetto di "paesaggio semiotico" che definiscono come "qualsiasi spazio (pubblico) con scritte visibili create da interventi umani intenzionali che creano significato."

Come si può osservare, i tipi di testo e i fenomeni negli spazi pubblici che sono oggetto di ricerca degli studi sul paesaggio linguistico sono andati via via incrementando. I graffiti sono oggetto di studi specialistici già da qualche anno (si vedano ad esempio Pennycook, 2009, e Radavičute, 2017). Ulteriori ricerche sui paesaggi linguistici hanno iniziato a includere fenomeni auditivi oltre che visivi, e a volte viene usato il termine *soundscape* (letteralmente "paesaggio sonoro"), di solito come iponimo all'interno della cornice di ricerca sul paesaggio linguistico, come ad esempio in Mitchell (2010), e Pappenhagen, Scarvaglieri e Redder (2016). L'ampliamento del campo di ricerca al fine dell'inclusione di testi sonori quali jingles pubblicitari, annunci di trasporto pubblico o il parlato dei passanti rende possibile un'analisi comparativa di dati visivi e sonori raccolti nella stessa località. Questo ampliamento della tipologia di corpora da includere nelle ricerche sul paesaggio linguistico risolve un problema identificato dai ricercatori, ovvero il privilegiare forme di lingua scritta rispetto a tutte le altre forme. Questo è quello che intendevano Spolsky e Cooper (1991: 7) quando hanno affermato che "le insegne pubbliche presentano un'immagine distorta della natura della situazione sociolinguistica del loro ambiente." Per questo motivo, studi come quelli di Szabó Gillinger, Sloboda, Šimičić e Vigers (2012) hanno facoltà di offrire un maggior potenziale esplicativo attraverso la raccolta di campioni non solo visivi di determinate località, ma anche campioni di lingua parlata da residenti o turisti degli stessi luoghi.

Forme di arte visiva e testi sulla pelle delle persone in forma di tatuaggi non sono un fenomeno nuovo, ma la frequenza con cui le persone sfoggiano tatuaggi visibili in molte aree urbane è oggi di gran lunga superiore rispetto a prima, e questo ha portato gli studiosi a coniare il termine *skinscape* (letteralmente "paesaggio dermico"). Peck e Stroud (2019) utilizzano il termine 'semiotica del corpo' in riferimento alla comparsa sulla pelle delle persone di testi e scritte che possono essere visti come oggetti in movimento. Peck e Stroud (2019) sostengono che anche laddove questi testi o queste scritte non vengano comprese dagli altri o addirittura da chi le ha addosso, possono essere considerate come espressione visiva di

ibridità e appropriazione di testi di altre culture. La comunicazione olfattiva e tattile nei luoghi pubblici è un'altra area che spinge ulteriormente i confini della ricerca sul paesaggio linguistico (si vedano ad esempio gli studi di Domke, 2018; Hu, 2018; Pennycook, 2018).

Un particolare che risulta evidente in alcuni studi recenti è l'allontanamento dalla tendenza alla quantificazione di alcuni elementi a vantaggio di un approccio di tipo esplorativo ed esplicativo che analizza come e perché un numero più limitato di fenomeni trovino spazio nei luoghi in cui sono localizzati. Questo ci porta alla distinzione di Backhaus (2007) fra 'paesaggio linguistico' e 'paesaggizzazione linguistica'.² La prima definizione contiene il sostantivo che si riferisce al risultato dell'azione (Singh, 2002), mentre la forma suffissata si riferisce all'atto di "pianificazione ed implementazione di azioni pertinenti alla lingua delle insegne" (Backhaus, 2007: 10). La forma suffissata indica i processi in corso che hanno come risultato la comparsa (e la scomparsa) di insegne e testi in luoghi pubblici. Questo tipo di approccio è di natura etnografica, e un testo chiave in cui viene articolato un approccio di tipo etnografico e multifaccettato è quello di Blommaert e Maly (2014) intitolato 'Ethnographic Linguistic Landscape Analysis and Social Change: A Case Study' (letteralmente, *Analisi Etnografica del Paesaggio Linguistico e Cambiamento Sociale: Un Case Study*). La base teorica di questo studio è fornita dal testo di Blommaert (2013) intitolato 'Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity' (letteralmente, *Etnografia, Super-diversità e Paesaggi Linguistici: Cronache di Complessità*). Blommaert e Maly (2014) analizzano la principale strada di negozi in un'area densamente popolata da gruppi di persone a basso reddito e super-diverse, ovvero linguisticamente molto eterogenee, nella cittadina di Ghent, in Belgio. Al loro studio fa da sfondo una descrizione dello sviluppo della città negli ultimi 50 anni seguita da informazioni demografiche sull'età, la nazionalità e la fascia di reddito dei residenti (basate sui dati del censimento), e informazioni longitudinali su coloro che si sono iscritti come residenti a Ghent. Oggetto di questo studio sono gli esercizi commerciali, e come il loro aspetto sia cambiato a seguito dei cambiamenti demografici, della mobilità ascendente e discendente, dei cambiamenti delle infrastrutture e della mobilità geografica dei residenti all'interno e al di fuori dell'Unione Europea. Le insegne di lavoratori di

² "Linguistic landscaping" in inglese, con un participio presente che indica un processo in corso di svolgimento. N.d.T.

passaggio e di dipendenti o residenti a breve termine fanno parte dello *streetscape* tanto quanto esercizi commerciali di lunga data e negozi che si ri-presentano linguisticamente in maniera conforme alla loro mutevole clientela. Questi fattori influenzano le scelte linguistiche e sono responsabili delle funzioni svolte e delle immagini proiettate dalle vetrine dei negozi, che possono essere monolingui, bilingui o multilingui.

Un'altra caratteristica che è parte integrante di molti *streetscape* sono i codici QR e gli indirizzi URL di siti web così come i molti messaggi visibili e udibili in luoghi pubblici che oggi giorno indicizzano materiale online. Esempi di questa categoria riportati da Blommaert (2016) sono adesivi con nomi di aziende e opere d'arte di graffitisti che contengono gli indirizzi URL dei loro siti web. Blommaert (2016: 99) sostiene che "le interpretazioni localistiche delle insegne nei luoghi pubblici oggi devono prendere in considerazione le forti connessioni fra le insegne 'offline' e le infrastrutture 'online' di conoscenza, interazione e identità che attribuiscono significato, funzione e valore alle insegne stesse."

La ricerca sui paesaggi linguistici ha ampliato i propri scopi, e oggi comprende una grande varietà di fenomeni. Ogni fenomeno preso in esame reca il proprio contributo, e come continuano a cambiare i luoghi pubblici, così cambiano gli ambiti di ricerca. Pertanto, anche se i ricercatori si concentrassero sempre sulle stesse località o usassero sempre le stesse metodologie per la raccolta dei dati, è molto probabile che i risultati nel tempo cambierebbero. Quello che possiamo affermare con certezza è che gli studi sul paesaggio linguistico vanno a intersecarsi con un'ampia varietà di aree tematiche e disciplinari, sia all'interno che al di fuori della linguistica.

Il paesaggio linguistico croato

È da circa vent'anni che le insegne che ci circondano vengono descritte e analizzate, e pertanto questo è uno dei sottogruppi di ricerca più 'giovanili' in sociolinguistica e in pragmatica. Fra i termini usati dai linguisti croati che lavorano in questo settore troviamo *jezični krajolik* ('language landscape' – 'paesaggio della lingua') che viene usato accanto a espressioni quali *jezični krajobraz* ('language landscape/scenery' – paesaggio/scenario della lingua), *lingvistički krajobraz* ('linguistic landscape/scenery' – 'paesaggio/scenario linguistico'), e *jezični okoliš* ('ambiente linguistico'), e dalla letteratura emerge chiaramente che gli ultimi due termini sono quelli meno usati.

La fonte più autorevole per quanto riguarda la forma e l'uso della terminologia scientifica in croato è *STRUNA*, un database di termini tecnici e specialistici ospitato dall'Istituto di lingua e linguistica croata. Dei primi due termini sopra menzionati, il database *STRUNA* riporta l'espressione *jezični krajolik* ('language landscape' – 'paesaggio della lingua') senza menzionare altri termini equivalenti, e il termine *jezični krajobraz* ('language landscape/scenery' – 'paesaggio/scenario della lingua') non è neppure incluso, né come parola chiave né come sinonimo. Nonostante ciò, negli scritti di alcuni autori come in quelli di Grbavac (2012; 2014; 2018) quest'ultimo è l'unico termine utilizzato.

Nel database *STRUNA* il termine *jezični krajolik* ('language landscape' – 'paesaggio della lingua') è catalogato nella sezione di etnologia e antropologia. L'espressione croata si traduce come "la somma dei segni linguistici visibili nello spazio pubblico di un'area urbana o di una specifica area geografica,,. Questa definizione è in qualche modo ampliata dall'aggiunta di quanto segue: "Il termine comprende la segnaletica stradale, le insegne pubblicitarie, i cartelli ufficiali di nomi di strade e località, le insegne su edifici e altri esempi di testi scritti in luoghi pubblici. Alcuni autori usano questa espressione per riferirsi al modo in cui vengono usate diverse lingue in una specifica nazione o area geografica,, (STRUNA, n.d.). Questa definizione di *jezični krajolik* ('language landscape' – 'paesaggio della lingua') comprende anche degli studi sia di aree urbane che rurali, sebbene il numero di studi di queste ultime rimanga esiguo.

Il capitolo precedente dimostra che in inglese vengono usati i termini equivalenti *linguistic landscape* – paesaggio linguistico, e *language landscape* – paesaggio della lingua, mentre l'espressione *city landscape* – paesaggio urbano, nel senso più ristretto, non è più molto usato. Il fatto che i due termini siano impiegati sia a livello internazionale sia nell'ambito accademico croato significa che i ricercatori hanno la possibilità di scegliere fra quelli che hanno gli stessi usi e applicazioni e che non hanno differenze sostanziali in quanto a definizione. Quello che abbiamo riscontrato è che la maggior parte degli studiosi fa riferimento alla definizione di Landry e Bourhis (1997), pubblicata in un periodo in cui la ricerca sui segni linguistici nell'ambiente era ancora in fase iniziale. Landry e Bourhis (1997: 23) definiscono il paesaggio linguistico come "la visibilità e la rilevanza delle lingue sulle insegne pubbliche e commerciali". Pertanto, lo scopo è quello di fare ricerca sull'uso di una o più lingue sulle insegne pubbliche. In generale, questo significa che le insegne pubbliche sono catalogate, descritte e oggetto di discussione nel loro contesto sociolinguistico e culturale. L'identità linguistica di uno spazio viene poi descritta in base a questi elementi.

Sebbene tutti i ricercatori mirino ad appurare la rilevanza delle forme linguistiche impiegate nelle insegne pubbliche, in particolare nelle aree urbane, potrebbero esserci delle leggere variazioni nell'approccio adottato. Lo studio empirico di Landry e Bourhis (1997) sopra menzionato ha un approccio basato sull'etnolinguistica e la psicolinguistica, mentre lo studio di Spolsky (2006) è maggiormente incentrato sulle politiche linguistiche. Inoltre, nel primo decennio di ricerca sul paesaggio linguistico, molti studi si focalizzavano sul multilinguismo (Gorter, 2006). Nella compagine degli articoli sui paesaggi linguistici in aree in cui si parla il croato troviamo che vengono utilizzati tutti i tipi di approccio, ma quest'ultimo in maniera particolare.

Un'analisi di aree specifiche rivela che le insegne monolingui sono di solito più frequenti. Essendo questo un dato già confermato, oggi i ricercatori cercano insegne bilingui o multilingui da analizzare, siano esse ufficiali o di altro tipo. Prova di ciò si riscontra nelle numerose pubblicazioni curate da studiosi di paesaggi linguistici nell'ultimo decennio, comprese quelle che hanno un approccio più teorico su una gamma più ampia di aree (Shohamy e Gorter 2009), così come quelle che contengono analisi specifiche di paesaggi linguistici urbani (Shohamy, Ben-Rafael e Barni, 2010). Mentre molti dei primi studi prendevano in esame le aree lingui-

sticamente eterogenee di Israele, del Canada, e aree degli Stati Uniti lungo il confine con il Messico, studi più recenti rispondono all'esigenza di analizzare il paesaggio linguistico di altre regioni del mondo (Spolsky e Cooper 1991; Yanguas 2009; Shohamy e Gorter 2008).

Attualmente si riscontra un numero sempre crescente di studi che esaminano il paesaggio linguistico di città europee, in particolare nel contesto della politica dell'Unione Europea sul multilinguismo, e questa tendenza si riflette in un incremento del numero di articoli scientifici (Wenzel 1996; Edelman 2006; Grbavac 2012; 2013) e di libri (Edelman 2010; Grbavac 2018) sull'argomento. Di particolare interesse sono gli studi comparatistici di paesaggi linguistici, e qui vogliamo mettere in evidenza tre studi concettualmente diversi che si possono in parte applicare alla situazione del paesaggio linguistico delle aree in cui si parla il croato.

Il primo studio per noi rilevante è quello condotto da Grbavac, Jaspaert e Slowinska (2015) che esamina le insegne di due centri urbani, Mostar e Lovanio, nei quali gli autori hanno identificato la seguente caratteristica comune a entrambe le città: gli abitanti sono affiliati a diversi gruppi culturali. Dato che la loro ricerca prende in esame le caratteristiche delle insegne di Mostar, il loro lavoro può contribuire in maniera significativa alla nostra comprensione generale dei paesaggi linguistici delle zone in cui si parla croato.

Il secondo studio ha come punto di partenza i cambiamenti storici, sociali e culturali dell'ultimo decennio del XX secolo avvenuti in quelle aree dell'Europa orientale che erano state sotto l'influenza sovietica. Prendendo in considerazione il ruolo delle ideologie statali ufficiali, Svoboda (2008) analizza i paesaggi linguistici della Bielorussia, della Repubblica Ceca e della Slovacchia post-comuniste. Dato che il suo studio è incentrato su tre ex stati comunisti in cui si parlano in prevalenza lingue slave, i risultati del suo lavoro sono rilevanti ai fini dell'analisi del paesaggio linguistico croato.

Il terzo studio utilizza dati rilevati in tre località: Český Těšín (Repubblica Ceca), Békéscsaba (Ungheria) and Llanelli (Gran Bretagna). Questo studio è incentrato sulle politiche linguistiche e, in particolare, sulla nozione di 'advocacy coalitions' (lett. 'coalizioni di difesa', Svoboda, Szabó Gillinger, Vigers e Šimičić 2010). Gli autori riscontrano delle differenze nell'uso delle due lingue comunemente parlate in queste località: a Český Těšín, città di confine vicino alla Polonia, si usano il ceco e il polacco, e

le vecchie insegne monolingue in ceco vengono sostituite con insegne bilingui. Questa pratica non è necessariamente la preferita dai cittadini e occasionalmente si assiste a (esplosioni di) conflitti che sfociano anche in atti di vandalismo nei confronti delle insegne. A Békéscsaba, città con una considerevole minoranza slovacca, la maggioranza delle insegne è scritta solo in ungherese; si trovano insegne in slovacco solo in luoghi che hanno rilevanza storica per la minoranza slovacca. Le comunità che parlano l'ungherese e lo slovacco coabitano in maniera armoniosa. A Llanelli, città del Galles dove si parlano l'inglese e il gallese, le insegne sia *top-down* che *bottom up*, sono sempre bilingue, in inglese e gallese, secondo questo ordine, e vengono recepite positivamente dalla comunità. Fra gli argomenti discussi da Sloboda, Szabó Gillinger, Vigers e Šimičić (2010) troviamo i possibili effetti negativi della presenza di due lingue sulla 'leggibilità' delle insegne, e in particolare dei cartelli stradali, che possono essere usati come possibili (e legittime?) ragioni per avere insegne monolingui. I risultati di questo studio sono applicabili anche al paesaggio linguistico della Croazia.

Negli ultimi anni lo studio delle insegne che indicizzano lo *status quo* di varie minoranze, e in particolare di minoranze etniche (Cenoz e Gorter 2006), ha suscitato particolare interesse, e nella nostra ricerca facciamo riferimento a due studi del 2016. Il primo di questi studi, basato su dati raccolti nell'area centrale dei Balcani, rivela le differenze che possono sussistere fra i paesaggi linguistici delle aree urbane centrali e di quelle periferiche in base al prestigio delle minoranze che in esse risiedono (Makartsev e Wahlström 2016). Il secondo studio prende in esame la minoranza slovena in Italia (Mezgec 2016). Di particolare interesse è uno studio che esamina il paesaggio linguistico di Subotica, una città della Serbia settentrionale che ha tre lingue ufficiali. La lingua ufficiale a livello nazionale è il serbo, mentre nella municipalità di Subotica così come in molte altre località nella provincia autonoma di Voivodina nella Serbia settentrionale, l'ungherese e il croato sono riconosciute come lingue minoritarie, e il croato solo dal 2002. Nel caso di Subotica, dove gli ungheresi costituiscono una relativa maggioranza degli abitanti della città, Vuković (2012) offre una panoramica dell'uso del serbo scritto in cirillico insieme all'ungherese e al croato su insegne governative locali o statali. Per quanto riguarda le insegne non ufficiali, commerciali o di altra natura, la scelta della lingua tende a essere una, il serbo scritto in caratteri latini, e in misura minore il serbo scritto in caratteri latini accompagnato

dall'ungherese. Nel corpus di Vuković che consiste in una selezione di 94 insegne, solo tre sono trilingui con anche il croato insieme al serbo e all'ungherese. Vuković (2012: 168) osserva che l'uso più frequente del serbo rispetto all'attuale numero di serbi nella città sia da attribuirsi alla discrepanza fra il numero di persone di etnia croata e il numero di coloro che dichiarano di parlare il croato dato che un certo numero di croati adesso si dichiara di madrelingua serba.

Dato che lo *status quo* delle minoranze e delle lingue delle minoranze è un argomento di rilievo nella sociolinguistica croata in quanto anche inerente alle politiche linguistiche, è probabile che emergeranno nuovi studi sull'argomento. Al momento, tuttavia, si può constatare che molte delle informazioni sulle minoranze e sulle loro lingue derivano da studi che sono principalmente incentrati su altre aree di ricerca.

Veniamo dunque alla ricerca linguistica croata, dove notiamo che l'espressione *jezični krajolik* ('language landscape' – 'paesaggio della lingua') è stato introdotto all'inizio del millennio e come, in generale, gli studi iniziali prendessero in esame sia aree urbane che intere regioni.

All'inizio del millennio Ćosić e Mahnić-Ćosić (2001) hanno pubblicato un testo che analizzava i nomi di imprese commerciali nella regione di Zara e l'uso di forme onomastiche, comprese quelle di origine non croata. Hanno documentato infrazioni alla legge croata in relazione agli esercizi commerciali, o più specificatamente alla regolamentazione secondo cui "il nome di un esercizio commerciale deve essere in croato." Gli autori descrivono il grado di infrazione di questa regolamentazione e le conseguenze di quest'uso di un linguaggio vivido, affermando che "sulla base del grado e anche dell'intensità della sua diffusione, sembra un incendio che si propaga in maniera inarrestabile" (Ćosić e Mahnić-Ćosić 2001, prefazione).

Essecio è una città oggetto di molti studi e noi ci rifacciamo a due lavori pubblicati nel 2014. Entrambi usano il termine *jezični krajobraz* ('language landscape/scenery' – 'paesaggio/scenario della lingua'). Il primo studio analizza il paesaggio linguistico di Essecio nelle sue caratteristiche sociolinguistiche, abbinando il paesaggio cittadino con la sua cultura urbana nel tentativo di rispondere alla domanda: "Fino a che punto il paesaggio linguistico di Essecio riflette l'influenza della cultura americana e della lingua [inglese]?" (Gradečak-Erdeljić e Zlomisljić 2014: 37). Nel rispondere a questa domanda, gli autori identificano un certo numero di fattori

“quali distribuzione geografica, rapporti di potere, prestigio, valori simbolici, questioni di identità, turismo vitalità linguistica e alfabetizzazione” (Gradečak-Erdeljić e Zlomislić 2014: 37). Basandosi su una grande quantità di insegne, gli autori sono giunti alla conclusione che l'inglese sta gradualmente diventando la lingua di elezione e di conseguenza i valori culturali anglo-americani si stanno insinuando nella cultura croata di tutti i giorni.

L'altro studio sul paesaggio linguistico di Essecio pubblicato nello stesso anno, quello di Kordić et al. (2014), presenta una descrizione dell'odierna città e spiega il ruolo svolto dal tedesco nello sviluppo della città stessa dall'inizio del XVII secolo (Petrović, 2001; Binder, 2006). Dati statistici basati sulle insegne rilevate in città rivelano che la maggior parte di esse sono scritte solo in croato, seguite da insegne bilingui croato-inglese, seguite a loro volta da insegne monolingui in inglese, mentre quelle in tedesco sono ormai talmente sporadiche e vengono quindi raggruppate sotto la categoria 'altro.' Allo stesso tempo, esaminando la parte del campione rilevato nell'area più affollata o più frequentata della città (Via Županijska insieme a Piazza Ante Starčević) la percentuale delle insegne in italiano raggiunge l'11%. Questo dimostra quanto l'immagine linguistica di una città possa cambiare nel tempo.

Al di là dei maggiori centri urbani della Croazia, degno di nota è il fatto che già nel 2006 era stato condotto uno studio sul paesaggio linguistico di Gospić, una cittadina relativamente piccola nel centro della Croazia (Vrcić-Mataija e Grahovac-Pražić 2006). Centro amministrativo della regione della Lika e di Segna, Gospić è una cittadina all'apparenza completamente monolingue la quale, di primo acchito, non sembrerebbe interessante né pertinente una ricerca sul paesaggio linguistico. Lo studio esaustivo di Vrcić-Mataija e Grahovac-Pražić's analizza l'uso della lingua, la consapevolezza e l'atteggiamento o, per usare le parole degli autori, “il mantenimento dell'identità della cittadina e il corretto uso della lingua nei luoghi pubblici” (Vrcić-Mataija e Grahovac-Pražić 2006: 178). Lo studio, incentrato su edifici e spazi pubblici, analizza le insegne pubbliche così come quelle pubblicitarie. Per quanto riguarda le caratteristiche lessicali e grammaticali, in queste insegne la lingua usata a volte è conforme alle norme del croato standard, ma altre volte vi si trovano forme non standard, talora con un numero significativo di prestiti di origine inglese. Con l'avanzare del XXI secolo questa si è rivelata una caratteristica comune a tutte le città e le cittadine della Croazia e non solo.

L'Istria si presenta come una regione particolarmente interessante per il suo paesaggio linguistico in quanto situata in un'area che per secoli è stata il punto di incontro fra le culture slave e latine. Due sono gli studi condotti su questa regione: quello di Scotti Jurić (2007) in relazione all'identità, e quello di Šamo e Pliško (2018) sul Parco Nazionale Brioni, un'area protetta formata da quattordici isole al largo della costa sud-occidentale dell'Istria, meta esclusiva di vacanze e attività ricreative. Molto del materiale raccolto per quest'ultimo studio evidenzia, come si poteva prevedere, la diffusione dell'uso del croato e dell'italiano, ma anche dell'inglese e del tedesco e, in misura minore, di latino, russo e francese. È degno di nota il fatto che gli autori abbiano documentato insegne multilingui che presentano non solo due o tre lingue, come in molti altri luoghi della Croazia, ma anche un notevole numero di insegne con quattro o cinque lingue.

Il carattere multiculturale dell'Istria e la presenza di molte lingue nella regione sono stati oggetto della tesi di dottorato di Jernej Pulić (2016), che utilizza una prospettiva etnologica e antropologica piuttosto che linguistica. Assieme al multilinguismo, descritto come una caratteristica chiave dell'Istria, lo studio esamina il mantenimento delle lingue minoritarie. Più specificatamente, si focalizza sull'albanese nelle città di Pola e Rovigno e su come la lingua sia un simbolo di affiliazione a un gruppo o a una etnia. Questo approccio è in linea con il crescente interesse per le lingue minoritarie e per la ricerca sui paesaggi linguistici in generale (Cenoz e Gorter 2006; Szabó Gillinger, Sloboda, Šimičić e Vigers 2012). A differenza degli Arbanasi, un'altra comunità albanese che vive da secoli nei pressi di Zara ed è ritenuta autoctona— l'esistenza di una comunità albanese in Istria è di epoca più recente, essendosi stabilita a seguito della trans-migrazione avvenuta negli anni Sessanta e Settanta del Novecento all'interno della ex Jugoslavia (Šimičić e Bilić Meštrić, 2018). È già abbastanza difficile per parlanti di lingue minoritarie considerate autoctone ottenere il diritto a veder rappresentata e usata la loro lingua nella regione in cui vivono. Jernej Pulić (2016) dimostra come sia ancora più difficile per parlanti di lingue che sono 'arrivate' solo da qualche decennio ottenere il riconoscimento della propria lingua a causa di un numero di ostacoli addirittura maggiore.

Nel campo della linguistica, la prima tesi di dottorato incentrata specificatamente sull'argomento dei paesaggi linguistici è stata portata a termine alla Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Zagabria nel 2012

da Ivana Grbavac, che in seguito ha revisionato la sua tesi e l'ha pubblicata in forma di libro (Grbavac 2018). Ivana Grbavac è diventata uno dei principali studiosi nella ricerca sul paesaggio linguistico, ha pubblicato un gran numero di articoli e libri diventando una prominente sostenitrice della ricerca accademica sia in questo campo sia in quello sull'identità. Molti dei suoi studi offrono un'analisi dettagliata del paesaggio linguistico di Mostar, compresi i cambiamenti avvenuti dal 1992 in poi, anno in cui è scoppiata la guerra in Bosnia-Erzegovina. Pone inoltre a confronto Mostar con la cittadina di Lovanio, in Belgio, esaminando comparativamente i dati raccolti. L'approccio teorico, metodologico e di linguistica applicata del suo libro sui paesaggi linguistici urbani lo hanno reso un modello per la ricerca futura.

Passiamo ora a un'altra tesi di dottorato, anch'essa portata a termine presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Zagabria nel 2019 da Marina Rončević. La tesi prende in esame Fiume e si intitola *Jezični krajo-lik grada Rijeke između prošlosti i sadašnjosti* 'Il paesaggio linguistico della città di Fiume fra passato e presente'. Di seguito citiamo l'*abstract* della tesi che rivela il fulcro, lo scopo e il risultato della sua ricerca: "L'oggetto di questa tesi di dottorato è uno studio interdisciplinare sulla continuità delle pratiche multilingui e del pluralismo culturale nei luoghi pubblici di Fiume attraverso diversi periodi della storia della città, dalla fine del XIX secolo a oggi. [...] In questi 150 anni, Fiume ha subito dei cambiamenti politici, sociali ed economici che si riflettono sulla situazione delle diverse comunità linguistiche che abitano nella città e nei suoi dintorni, e sulla lingua stessa. Lo sviluppo di Fiume è avvenuto in un ambiente multiculturale in cui non tutte le lingue avevano lo stesso prestigio e ciò ha inevitabilmente portato a una non equa distribuzione del capitale linguistico" (Rončević 2019).

A parte le ricerche incentrate su aree specifiche, nell'ambito della sociolinguistica croata i temi di alcuni studi potrebbero essere (re-)interpretati alla luce degli studi sul paesaggio linguistico. Per esempio Kuna e Kostanjevac (2011), Stolac e Vlastelić (2014) e Stolac (2017) hanno pubblicato saggi scientifici sulla pubblicità nei paesaggi linguistici. Detti studi prendono in esame le insegne pubblicitarie in più lingue o in una lingua straniera (di solito l'inglese) e dimostrano che la pubblicità è un ambito importante che può rivelare influenze sia linguistiche che culturali. Lo studio di Stolac (2019) rivela alcuni dei meccanismi di manipolazione utilizzati nelle pubblicità riscontrate in luoghi pubblici.

Gli studi sul paesaggio linguistico possono anche contribuire alla ricerca in un ambito importante per la sociolinguistica che sta assumendo sempre più rilevanza, quello delle politiche linguistiche e del linguaggio di genere (Spender 1980; Müller 1988; Pauwels 1991, 1988). Per esempio, sembra che le convenzioni usate nelle insegne degli studi legali stiano cambiando. Un tempo, un'insegna commerciale posta fuori dallo studio di un avvocato donna riportava la forma maschile della parola croata per 'avvocato', ovvero *odvjetnik*, seguita dal nome e cognome dell'avvocato. Oggigiorno assistiamo a un cambiamento orientato verso un modello che vede l'uso dell'equivalente forma femminile del termine 'avvocato' ovvero *odvjetnica* ('avvocata') seguito da nome e cognome (Stolac e Hlavac, in fase di preparazione).

Questa panoramica, ovviamente, non è affatto esaustiva né tantomeno può esserlo, dato che ulteriori ricerche in quest'ambito sono sempre in corso. Rilevabile, tra queste, un recente studio svolto seguendo vari modelli semiotici che prende in esame insegne prive di componenti verbali (Nöth 2004).

Con questo libro intendiamo fornire il nostro contributo per comprendere meglio il paesaggio linguistico croato.

Ilj

ne

II.

Il paesaggio linguistico fiumano nella storia

Ogni paesaggio linguistico è una istantanea del momento in cui viene osservato. Se potessimo tornare indietro nel tempo ai secoli precedenti potremmo individuare quali erano le caratteristiche linguistiche di una data località in un preciso momento. Sappiamo che in epoche precedenti le insegne pubbliche erano presenti in numero decisamente più esiguo, ma erano tuttavia presenti, sia quelle ufficiali che quelle non ufficiali o private. A esemplificativo, il materiale presente negli archivi del XIX secolo ci aiuta a stabilire quali fossero le lingue usate nelle insegne del tempo.

Non vi sono prove documentate di periodi precedenti. Nonostante ciò, abbiamo un'idea delle lingue usate a quei tempi nello spazio pubblico tramite fonti indirette. Volgiamo adesso il nostro sguardo alla situazione al tempo in cui le aree popolate da parlanti di lingua croata non erano unificate in una entità politica o in uno stato.

Nel Medioevo, le lingue usate nei testi e nelle comunicazioni scritte erano il latino e lo slavo ecclesiastico croato. Non sappiamo quante insegne pubbliche ci fossero, ma dato che certamente esistevano, possiamo inferire che quelle in latino fossero scritte con l'alfabeto latino e quelle scritte in una variante di croato letterario del tempo fossero scritte in glagolitico o nell'alfabeto cirillico croato. Cosa esattamente fosse scritto su taverne, locande, negozi e ai lati delle strade non possiamo saperlo.

È possibile che insegne con icone fossero più frequenti di insegne con testo, come ad esempio l'immagine di un ferro di cavallo appesa fuori dalla fucina di un fabbro.

Dal XVI secolo in poi abbiamo diverse fonti indirette. Le lingue romanze costituiscono parte importante della nostra storia linguistica. Il latino era la lingua usata nell'istruzione, nelle scienze, nella diplomazia e nella corrispondenza oltreconfine. Al contempo, per molti l'italiano letterario era la lingua usata nelle scuole e, comprensibilmente, anche nelle insegne apposte nei luoghi pubblici. Tuttavia, la varietà di italiano che ha

avuto maggiore influenza è il veneto, poiché era la lingua usata per le pratiche burocratiche in Dalmazia, e il suo uso è ampiamente documentato, soprattutto nel XVIII secolo (Šimunković 1995). Contestualmente, alcuni studi sostengono che al tempo esistevano anche insegne bilingue in veneto e croato.

A nord di Fiume, a seguito dell'unione fra il Regno di Croazia e il Regno di Ungheria, l'ungherese ha iniziato a esercitare la sua influenza sul croato e questo fenomeno, che è durato fino all'inizio della Prima Guerra Mondiale, si è manifestato in diversi modi e a diversi livelli. L'influenza dell'ungherese è visibile nei documenti croati del tempo, sia ufficiali che non ufficiali, così come nelle insegne pubbliche.

Per quanto riguarda le lingue germaniche, il tedesco è presente nelle aree popolate da parlanti croato da quando queste divennero parte dell'Impero austro-ungarico, mentre l'inglese ha iniziato ad essere presente solo verso la fine del XIX secolo in aree lungo la costa adriatica, principalmente grazie ai contatti marittimi e alla possibilità di viaggi intercontinentali verso il nord America. Dopo la Seconda Guerra Mondiale i contatti con l'inglese sono diventati molto più frequenti.

Un'altra lingua che ha avuto influenza sulle popolazioni parlanti il croato è il turco. L'influenza del turco è più a livello lessicale che non nel dominio delle insegne pubbliche.

Crediamo che in passato tutte queste lingue fossero parte visibile dei paesaggi linguistici delle aree in cui si parlava il croato, così come sono parte indelebile del nostro patrimonio culturale. All'inizio del XX secolo la lingua principalmente usata nelle aree in cui si parlava il croato era ovviamente il croato scritto in caratteri latini, nonostante vi fossero delle incongruenze nella forma o nella scelta dei grafemi usati.

Passando ora ad analizzare Fiume e i suoi dintorni, possiamo confermare che tutte le lingue fin qui menzionate hanno fatto parte delle 'esperienze' linguistiche di Fiume e quindi del paesaggio linguistico fiumano. Degni di nota a questo punto sono anche la storia di Fiume, le varie denominazioni e i vari nomi dati a quest'area nei secoli passati (Stolac 1996).

Fiume è situata nel golfo del Quarnero dove il fiume Eneo sfocia nel Mar Adriatico. L'attuale collocazione della città così come la forma fonetica del suo nome in croato, Rijeka, sono relativamente recenti. In termini di categorie linguistiche del croato, il sostantivo *Rijeka* è tipico di una par-

ticolare pronuncia odierna della vocale lunga /ě/ del proto-slavo (nota come *yat*), che in croato ha valore fonetico di [i:ɛ], nota come 'pronuncia ijecaviana' (*ijekavski*). Questa è la varietà croata della pronuncia di quella che una volta era la vocale lunga dello slavo comune, *yat*, resa con il grafema ⟨ije⟩, ed è quella che ritroviamo nell'ortografia del nome della città in croato, *Rijeka*. Nella linguistica croata si distinguono tre modi di pronunciare la vocale *yat* del proto-slavo: oltre alla pronuncia ijecaviana sopra citata, gli studiosi distinguono fra la pronuncia icaviana (*ikavski*) e la pronuncia ecaviana (*ekavski*), come vedremo in seguito.

Nel periodo dell'antica Roma la città si chiamava *Tarsatica* (o *Tarsatika* in greco antico). Esempi dell'uso di questo nome si trovano negli scritti del filosofo romano Plinio il Vecchio e nello studio cartografico di Tolomeo intitolato *Geographike Hyphegesis*, meglio noto come *Geografia*, scritto nel II secolo d.C. L'insediamento di Tarsatica era collocato in un'area centrale della città vecchia, oggi nota come *Gomila* (letteralmente 'cumulo, mucchio'), che si trova a ovest dell'antico muro romano fortificato noto come "limes liburnico". Sia Tarsatica che i limes sono collocati sulla sponda occidentale del fiume Eneo. Il nome del fiume al tempo era stato registrato come *Oineus potamos* o *Oeneus flumen*. Nel periodo successivo alla caduta di Roma Antica, questo nome è finito per essere usato in senso più generico come un appellativo. I nomi di tutti i fiumi che sfociano nella sponda orientale del Mar Adriatico hanno subito la stessa sorte. L'appellativo *flumen/rijeka* che significa *fiume* è poi stato associato al nome dell'insediamento stesso.

L'insediamento urbano di Tarsatica è scomparso dopo l'arrivo degli avari e degli slavi in quell'area. Tuttavia, non essendoci documenti scritti dopo il V secolo, è possibile che sia scomparso anche prima. Gli Slavi sono giunti in quest'area nel VII secolo ma non si sono insediati nell'area dove si trovava Tarsatica; si sono invece insediati sulla collina sulla sponda orientale del fiume Eneo, in italiano noto anche con il nome di Fiumara. Altre antiche denominazioni del fiume, sono Tarsia e Récina, ormai desuete. Un documento del IX secolo contiene il nome di un luogo chiamato "apud Tharsaticam", che significa 'vicino a Tarsatica'. In Croazia quel luogo è poi divenuto noto come *Trsat*, mentre il suo equivalente italiano è Tersatto. Anni dopo, Tersatto era una delle nove città dominate dalla famiglia Frankopan (in italiano Frangipani o Frangipane), una nobile famiglia croata del tempo. Tutto ciò è attestato nel *Vinodolski zakon* o 'Codice di Vinodol' scritto nel 1288 in alfabeto glagolitico croato.

A quel tempo viene edificato un nuovo insediamento urbano nel luogo dove una volta c'era l'antica città di Tarsatica e vi sono testimonianze scritte che riportano il nome di allora della città. Dagli archivi a noi pervenuti è chiaro che l'appellativo *flumen/rijeka* 'fiume' è usato in relazione all'insediamento in questione. Per esempio, in documenti del tribunale della vicina città di Pola risalenti agli anni 1230-1232 viene menzionata una persona chiamata "Dominicus de richa", che alcuni storici ritengono si riferisca a una persona il cui nome si tradurrebbe in croato moderno con "Dominik da Rika". Qui la forma 'Rika' è caratteristica della pronuncia icaviana della antica forma del termine 'fiume' in slavo comune, *rěka*, contenente una vocale *yat*. Questa variante è poi divenuta la forma standard nella pronuncia ijecaviana, 'Rijeka'. Un'altra fonte è un documento contraffatto dell'epoca (ma per quanto riguarda gli scopi della nostra ricerca, è un documento affidabile dal punto di vista linguistico), ovvero un atto di donazione del 1260 emesso dal Re Bela ai principi della vicina isola di Veglia, dove il nome *Rika* è usato in relazione all'insediamento. Altri studiosi invece sostengono che "Dominicus de richa" significhi "Dominik, il cui padre si chiamava Rika" poiché non credono che le popolazioni che a quel tempo vivevano nell'insediamento avessero la pronuncia icaviana. Studi di dialettologia dimostrano che l'idioma locale di Fiume appartiene al dialetto ciacavo, anche noto come ciacavico, con la realizzazione della vocale *yat* dell'antico slavo in 'e', pertanto con la pronuncia ecaviana, nel qual caso ci si aspetterebbe che per gli abitanti del luogo il nome dell'insediamento fosse *Reka*. Alla fine del XIII secolo, nel 1281, troviamo negli archivi del tempo il primo esempio in cui la città viene identificata con il suo nome latino e viene usata anche la forma appellativa: *Flumen*. Tuttavia questa è solo una delle denominazioni usate, in quanto se ne trovano altre che includono il nome del santo patrono della città. Per esempio, il nome in latino era *Flumen sancti Viti* ('Fiume di San Vito), il nome in veneto era *Fiume*, e il nome in antico tedesco era *Sent Veyt am Pflaum* (più tardi scritto *Sankt Veit am Pflaum*) che significa 'San Vito sul fiume Pflaum'. Il nome in ungherese era *Fiume Város* 'città Fiume', e in croato la città era nota come *Reka* or *Rika*, a seconda se il parlante usava la pronuncia ecaviana o icaviana.

Nel XIII secolo si assiste alla prima netta demarcazione del confine fra Fiume e Tersatto. Tersatto apparteneva al Regno di Croazia in unione personale con il Regno di Ungheria e si trovava sulla sponda orientale del fiume Eneo. Fiume, situata nella parte occidentale, faceva parte del

Sacro Romano Impero, e in seguito è passata sotto il dominio austriaco degli Asburgo, dal 1465 in poi. Questa non sarà l'ultima volta nella storia che le due città saranno divise da confini nazionali. Dopo la Prima Guerra Mondiale, il fiume Eneo segna il confine sancito dal Trattato di Roma del 1924 che assegna Fiume all'Italia mentre la città di Sussak sul lato orientale del fiume diviene parte del Regno dei Serbi, Croati e Sloveni appena formatosi. Solo cinque anni prima, il 23 ottobre 1919, il *Bano* o Viceré della Croazia aveva conferito a Sussak lo *status* di città della Croazia e della Slavonia in virtù del fatto che a quel tempo l'insediamento di Sussak era più esteso rispetto a quello di Tersatto, essendo il più grande sulla sponda orientale del fiume. La sua area urbana comprendeva quattro municipalità, ovvero la stessa Sussak insieme ad altre tre: Tersatto, Vesizza Inferiore e Draga.



L'immagine qui sopra mostra incisa nella pietra la data in cui era stato tracciato il confine fra Sussak e Fiume nel 1924. L'incisione si trova su una pietra lungo il 'Canal Morto', un ramo del fiume Eneo.

Ricapitoliamo i punti fondamentali. Nei secoli Fiume ha avuto parecchie denominazioni: *Tarsatica*, *Flumen*, *Flumen sancti Viti*, *Fiume*, *Sent Veyt am Pflaum*, *Fiume Város*, *Reka*, *Rika*, *Rijeka*, e gli insediamenti sulle sponde orientali del fiume Eneo erano noti come *Trsat* e *Sušak* (Tersatto e Sussak). La città è stata sotto diversi domini e, oltre al croato, le lingue usate nella pubblica amministrazione sono state il tedesco, l'italiano, l'ungherese e perfino il francese nel periodo in cui Napoleone ha occupato la

città. Questi numerosi cambiamenti hanno lasciato la loro impronta sul paesaggio linguistico della città, e le frequenti modifiche nei nomi delle vie ne sono forse l'esempio più tangibile.

Più avanti ritorneremo sui nomi delle vie, mentre qui riportiamo esempi di lingua usata sulle insegne di importanza storica che consideriamo distintive e caratteristiche del paesaggio linguistico fiumano.

Si trovano ancora molte iscrizioni su pietra scritte in latino. Il latino era la lingua della scienza, della diplomazia, dell'istruzione e degli affari religiosi fino alla metà del XIX secolo.



Nell'iscrizione nella terza insegna che vediamo qui sopra si legge *A lingua dolosa libera me domine*, che si traduce con 'Signore, salvami dalle malingue.'

Nel XIX secolo e all'inizio del XX secolo l'ungherese rivestiva un ruolo importante a Fiume. Insegne che risalgono a questo periodo si trovano nei luoghi più inaspettati, come questa bitta (che è una delle tre che si vedono sulla riva occidentale del Canal Morto):



Ci sono numerose targhe commemorative nel centro città che richiamano alla memoria gli interessi finanziari che l'Ungheria aveva a Fiume quale suo porto principale per il commercio estero.



Come già menzionato, l'influenza dell'ungherese è prominente fino all'inizio del XX secolo. Oggi il cartello qui di fianco è a malapena visibile, in quanto è collocato sotto la tettoia di una pasticceria.

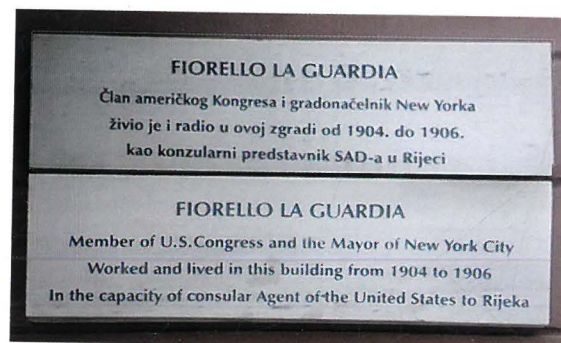


I turchi ottomani non hanno mai governato Fiume e storicamente non ci sono stati rapporti degni di nota fra la città e l'Impero ottomano. Tuttavia, un edificio del centro vicino al mercato principale della città è noto come *La Casa Turca*. Due targhe commemorative riportano informazioni in proposito, una in croato e l'altra in turco.



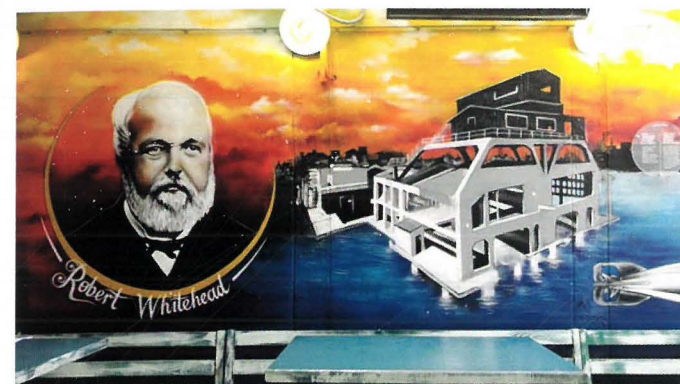
Nel periodo dopo la Seconda Guerra Mondiale, in molti paesi non anglofoni l'inglese è entrato a far parte del paesaggio linguistico urbano (*cityscape*) in molte aree. Ma anche prima di allora alcune città avevano già rapporti con la Gran Bretagna e gli Stati Uniti, oppure ospitavano personalità di notevole importanza provenienti da quelle nazioni.

È il caso di Fiume, come si vede dalle due insegne qui di seguito relative agli inizi del Novecento quando Fiorello la Guardia era rappresentante consolare degli Stati Uniti d'America a Fiume. Questo accadeva trent'anni prima che diventasse il novantunesimo sindaco di New York.

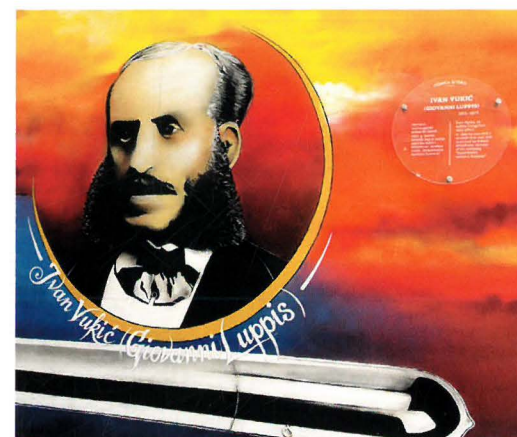


Alla fine del XIX secolo anche un ingegnere marittimo britannico, Robert Whitehead, ha lasciato la propria impronta a Fiume, così come nelle altre località in cui aveva operato. Era responsabile dello sviluppo dei siluri navali e questo murale, che si trova in una via appena fuori dalla passeggiata pedonale principale, il *Corso*¹, è un tributo alla sua persona.

¹ Il termine in italiano è, ovviamente, "Corso". In questo testo sarà usato il termine croato Korzo per riferirsi alla principale strada pedonale di Fiume (N.d.T.)



Un altro ingegnere marittimo responsabile dello sviluppo dei siluri era Ivan Vukić, anche noto con il suo nome italiano, Giovanni Luppis. Il nome di battesimo era Giovanni Biagio Luppis Ritter von Rammer. Questo murale che lo ritrae con un siluro ne preserva la memoria.



Sebbene molti studiosi internazionali che si occupano del paesaggio linguistico si concentrino sulla situazione attuale e seguano gli sviluppi degli ultimi anni, riteniamo importante conoscere la storia dell'area del paesaggio linguistico qui preso in esame. In tal modo crediamo di poter meglio comprendere i diversi strati dell'interessantissimo profilo sociolinguistico di Fiume.

Il frequente cambio dei nomi delle vie è sufficiente a ricordarci che queste modifiche avvenivano ogni qualvolta un nuovo potere politico si impossessasse della città. Osservando Fiume notiamo che la città è stata oggetto di molte vicissitudini nonché di interesse sia da parte dell'Italia

che dell'Ungheria. La città ha avuto fasi in cui è stata sotto il dominio francese o tedesco, a volte per lunghi periodi, a volte per periodi più brevi. Non sorprende, pertanto, che alcune vie siano "ricordate" con più di un nome.

Oggi i nomi delle vie e delle piazze non sono gli stessi dei secoli scorsi, e questa è una caratteristica che Fiume condivide con altre città. Come in altre località, ci sono relativamente poche tracce dei nomi precedenti, sovente modificati per diverse ragioni, spesso politiche. Tuttavia, quei nomi non sono completamente spariti, e di solito siamo in grado di risalire almeno indirettamente ai nomi precedenti, come nel caso di questa insegna di un ristorante che si chiama *Maslina*, l'ulivo. Sotto *Maslina* a caratteri più piccoli c'è scritto *Na Zelenom trgu* che significa 'in Piazza delle Erbe'. *Zeleni trg* 'Piazza delle Erbe' era il vecchio nome di quella che oggi è nota come *Koblerov trg* 'Piazza Kobler'.



Passiamo ora a una strada costruita all'inizio del XX secolo in quella che era la periferia settentrionale, che adesso si trova nel centro città. Era stata costruita vicino alla vecchia fortezza della città, *Kaštel*, oggi nota come *Ulica Kaštel* o *Via Castello* in italiano.

Durante il periodo del dominio italiano, la strada cambia nome e diventa *Via Roma*, e dopo la Seconda Guerra Mondiale il suo nome viene nuovamente cambiato per commemorare i soldati caduti e i civili che hanno perso la vita, e diventa così *Ulica žrtava fašizma*, ovvero *Via dei Martiri Antifascisti*.

Questo, almeno ufficialmente, era il nuovo nome della via, ma la vecchia denominazione in italiano era quella che la gente del posto ha continuato ad usare per alcuni anni. Col passare degli anni la vecchia denomina-

zione *Ulica Roma*, *Via Roma*, ha smesso di essere associata alla strada in sé ma veniva associata a un importante edificio in essa collocato: le carceri adineè. Pertanto, la frase "On ide u Via Romu" ('Va in Via Roma') non significa che la persona va semplicemente in quella via, ma che va in prigione.

Passiamo ora a una via che porta il nome di un personaggio famosissimo, *Ušpon Michelangela Buonarrotija* 'Salita Michelangelo Buonarroti'. La salita porta alla collina del Calvario che nell'antichità faceva parte del lime liburnico, un muro fortificato. Alla fine del XVII secolo, i gesuiti e i membri della Confraternita dell'agonia erigono tre grandi croci in cima alla collina e costruiscono delle teche per la preghiera lungo il sentiero sulla salita, segnalate come Stazioni della Via Crucis. Presto gli abitanti del luogo iniziano a usare colloquialmente l'appellativo di *Kalvarija*, calvario, per riferirsi a quella zona. Nel XIX secolo la salita che conduceva in cima alla collina viene ufficialmente chiamata *Ulica Kalvarija*, Via del Calvario. Durante il periodo del dominio italiano, la salita viene rinominata *Ušpon Buonarroti*, 'Salita Buonarroti', una denominazione che ha continuato a essere usata anche dopo che Fiume non era più sotto il dominio italiano. Il nome della salita, *Kalvarija*, è stato introdotto dopo il 1993. Di notevole interesse è anche la denominazione della strada che era stata costruita per collegare la sponda occidentale del fiume Eneo con un'area più a ovest vicina alla zona intertidale della città. Durante il periodo del dominio italiano, la prima parte della strada si chiamava *Via Garibaldi* per prendere poi il nome di *Josip Kraš*, un comunista e partigiano croato morto nella Seconda Guerra Mondiale e in seguito proclamato Eroe del Popolo della Jugoslavia (l'altra parte della strada era denominata *Ulica Paola Rittera Vitezovića*, Via Pavao Ritter Vitezović, scrittore e storico croato del XVII secolo.) Nel secondo dopoguerra, il cinema che si trova nella via ha continuato a chiamarsi *Garibaldi*; pertanto, non sorprende che quello sia il nome con cui gli abitanti di Fiume ricordino la via. Nel 1990, il cinema cambia nome in *Kvarner*, e nel 1995 la via cambia nome e diventa *Ulica Ante Starčevića*, Via Ante Starčević in onore dello scrittore e politico del XIX secolo. Tuttavia, in maniera colloquiale la via viene ancora chiamata *Garibaldi*. I vecchi nomi delle strade continuano ad essere usati per un lungo periodo a Fiume, mentre i nomi di edifici importanti vengono sempre considerati punti di riferimento per orientarsi.

Osservando la serie di nomi è evidente che le strade nel centro città hanno cambiato nome svariate volte:

- *Strada del Governo* > *Via Carducci* > *Kapucinska ulica* ('Via dei Cappuccini') > *Ulica Đure Đakovića* ('Via Đure Đaković') > *Ciottina ulica* ('Via Ciotta')
- *Corsia Déak* (in croato *Korzo Déak*, 'Corso Déak') > *Ulica Borisa Kidriča* ('Via Boris Kidrič') > *Ulica Petra Krešimira Četvrtoga* / *Trg kralja Tomislava* ('Via Re Petar Krešimir IV' / 'Piazza Re Tomislav')
- *Tvornička ulica* ('Via Sicilia') > *Ulica Đure Ružića* ('Via Gjuro Ružić') > *Ulica braće Šupak* ('Via Fratelli Šupak') > *Ružićeva ulica* ('Via Ružić')
- *Trg na Mostu* ('Piazza XXVIII Ottobre') > *Jelačićev trg* ('Piazza Bano Jelačić') > *Titov trg* ('Piazza Tito').

La denominazione di alcune strade risale a secoli fa, come nel caso di alcuni dei vecchi nomi dati alle stradine strette note come *kale* (calli) o alle strade più larghe note come *kontrade* (contrade), dove la popolazione locale passeggiava:

- *Kontrada sv. Marije* ('Contrada di Santa Maria') o *Užarska kontrada* ('Contrada dei Canapini') > *Užarska ulica* ('Calle dei Cordai')
- *Kala sv. Sebastijana* ('Calle di San Sebastiano') > *Kontrada sv. Sebastijana* ('Contrada San Sebastiano') > *Ulica Marka Marulića* ('Via Marko Marulić').

Tutti questi nomi e questi cambiamenti hanno lasciato un'impronta sul paesaggio linguistico e nella mente degli abitanti della città. Per questo motivo non possiamo parlare del paesaggio linguistico come di un'entità statica riferibile solo al presente.

Užarska ulica	1954.
Užarska ulica/Via Canapini	1948.-1954.
Calle dei Canapini	1919.-1948.
Via del Duomo	1916.-1918.
Calle dei Canapini	1911.-1916.
Contrada/Via (del) Duomo	19.-20. st.
Contrada Duomo	18. st.

III.

Il paesaggio linguistico fiumano oggi

L'apparato bibliografico in materia di paesaggi linguistici classifica le insegne in base alla distinzione fra 'top-down' e 'bottom-up'. La linea di demarcazione fra le due categorie non è sempre così chiara, e in questa sezione partiremo da quelle insegne apposte su istituti nazionali o statali e da lì lavoreremo in maniera verticale., Inizieremo, pertanto, con l'analisi delle insegne di carattere ufficiale, per poi passare a quelle private e non ufficiali.

Il dominio ufficiale comprende insegne di località, strade, servizi pubblici, eccetera. Ci sono anche regolamentazioni ufficiali che determinano la loro forma e il loro aspetto.

In questo capitolo analizzeremo anche insegne non ufficiali o private e, a parte quelle qui incluse, altri esempi saranno riportati in altri capitoli di questo volume. Alcune insegne non ufficiali potrebbero dare l'impressione di essere di fatto ufficiali poiché le imprese o le organizzazioni a cui appartengono sono elencate nelle gazzette ufficiali. Ma in base ai criteri di classificazione usati nella ricerca sul paesaggio linguistico, queste insegne non sono considerate ufficiali perché la loro forma e il loro aspetto non sono determinati da norme amministrative (Stolac 2018). Tuttavia, in alcuni casi la natura privata e non ufficiale dell'insegna è evidente, come ad esempio nel caso delle iscrizioni sulle lapidi.

Le insegne apposte su strutture pubbliche e istituti, sia a livello nazionale che regionale e municipale, sono conformi a caratteristiche specifiche e predeterminate, innanzi tutto per quanto riguarda il testo sull'insegna stessa, sia per forma che per dimensione, e anche nell'uso dei caratteri e dei colori. Naturalmente fra queste caratteristiche rientra anche la stessa lingua impiegata nel testo, e il fatto che le insegne di solito sono monolingue e in croato standard. Alcune insegne ufficiali sono bilingui se ci sono i requisiti legali affinché lo siano.

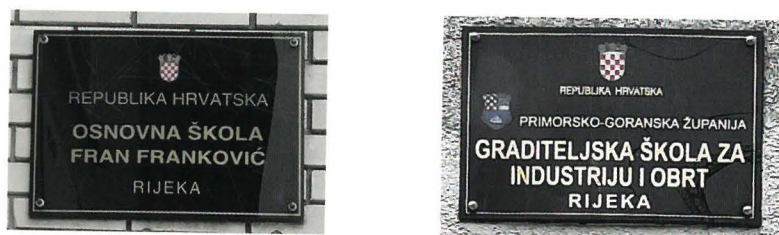
Per le insegne riportate di seguito è stata verificata la conformità alle suddette caratteristiche.



Unitamente alle caratteristiche ufficiali e necessarie, alcune insegne riportano un simbolo – quello mostrato qui a fianco si contraddistingue per l'uso delle lettere dell'alfabeto glagolitico croato.



In quanto istituzioni pubbliche, le scuole si devono conformare a determinati standard prestabiliti, e le loro insegne sono monolingue e in croato.



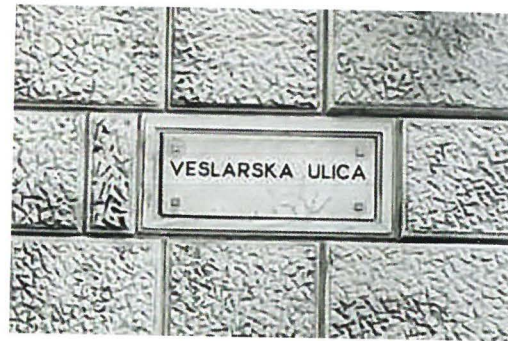
Affinché l'insegna di una scuola sia scritta in due lingue occorre che ci siano delle condizioni giuridiche. Le scuole che offrono un percorso di studi in una delle lingue ufficialmente riconosciute come lingue minoritarie della Croazia hanno insegne bilingui, come nel caso dell'insegna di questa scuola elementare per la minoranza italiana in Croazia. A Fiume vi è un certo numero di scuole primarie di questo tipo (come anche di scuole materne).



A Fiume i nomi delle vie sono monolingui ma differiscono nella quantità di testo, che varia dalle insegne con il solo nome della via a quelle che riportano informazioni aggiuntive, a quelle ancora, con informazioni alquanto dettagliate, specialmente se prendono nome da un noto personaggio. Le insegne possono differire sia nell'aspetto che nei materiali, ma sono le insegne cesellate nelle facciate in muratura a dare alla città quella caratteristica atmosfera mediterranea.

Fra le vie il cui nome è inciso su un'insegna in pietra troviamo *Veslarska ulica* 'Via dei Remai', *Ulica Šišmiš*, 'Calle dei Pipistrelli', il *Corso*, la strada pedonale principale nel centro di Fiume, e *Stube crvenog križa* 'Gradini

della Croce Rossa', *Trg III Brigade Hrvatske vojske* 'Piazza della Terza Brigata dell'Esercito Croato' e *Ulica Dolac* 'Via Dolac'.



Alcune insegne riportano più informazioni che possono costituire una piacevole lettura per i passanti. La prima immagine mostra l'insegna di *Jelačićev trg* o 'Piazza Jelačić' che commemora Josip Jelačić, *bano* che nella metà del XIX secolo ha difeso gli interessi della Croazia, quando questa era soggetta a forti pressioni politiche da parte dell'Ungheria. A

quel tempo sia la Croazia che l'Ungheria facevano parte dell'Impero austro-ungarico. *Volčičev trg* richiama alla mente dei passanti la vita e le imprese di Jakov Volčič, nato nella vicina penisola istriana e membro attivo del Movimento di Rinascita Nazionale Croata del XIX secolo. Altri personaggi degni di nota commemorati nelle insegne qui sotto sono Ivan Cvetko, un prete che ha condotto campagne per costruire scuole e incrementare il livello di alfabetizzazione, Giovanni Ciotta, che è stato sindaco di Fiume, Josip Marohnić, una figura di spicco fra gli emigrati croati negli Stati Uniti, e Viktor Finderle, un medico.



E forse il maggior numero di informazioni si trova sulle nuove insegne che hanno un codice QR, come si vede in questa insegna vicino a *Rimska vrata* o all' *Arco Romano*:



Il centro di Fiume vanta una lunga storia testimoniata dai numerosi cambi dei nomi delle vie, mentre quelle insegne che sono state restaurate e riportate al loro stato originario ci offrono uno scorcio sui tempi ormai passati, come menzionato nel capitolo precedente.



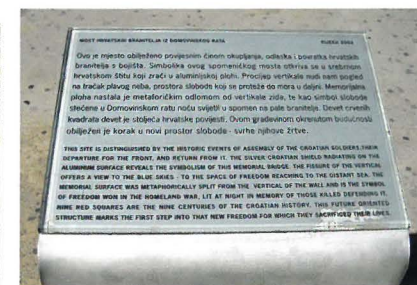
Di regola le insegne con i nomi delle strade sono in croato standard. Tuttavia, nel centro della città vi sono alcune vie con nomi che derivano dal dialetto ciacavo locale. È il caso della strada che si chiama *Pul vele crikve* (che in croato standard sarebbe *Pored velike crkve*), il cui nome significa 'Vicino alla chiesa grande'. Nelle aree periferiche di Fiume i nomi delle vie in ciacavo sono più frequenti.



La lingua usata in alcuni di questi nomi di vie non è sempre conforme alle regole della grammatica croata. Sulle insegne delle vie che prendono il nome da personaggi famosi come quelle che vediamo qui sotto, i nomi sono scritti al nominativo, *Ulica Giuseppe Duella* e *Ulica Antonio de Reno*. Ma dopo la parola *ulica* (via) in croato dovrebbero essere al genitivo (ad es. *Ulica Giuseppea Duella, Ulica Antonija de Rena*):



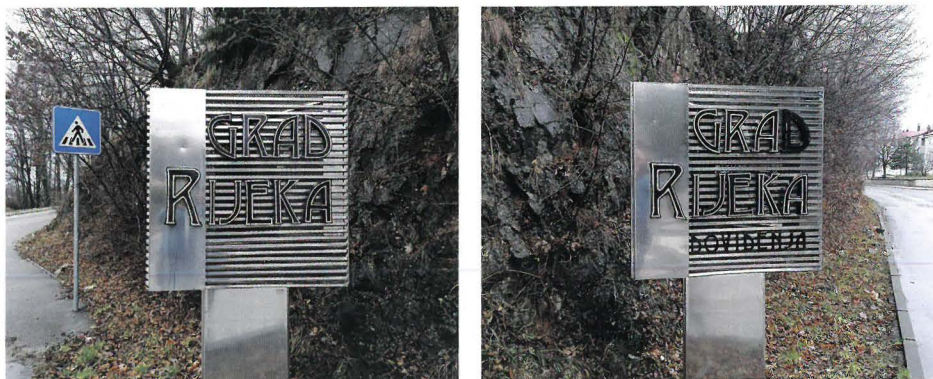
Non solo vie, piazze ed altre strutture, ma anche i ponti possono avere nomi importanti. È il caso dell'insegna che caratterizza uno dei ponti più belli di Fiume. Questo ponte denominato *Most hrvatskih branitelja iz domovinskog rata* è dedicato ai veterani di guerra che hanno combattuto nella guerra di indipendenza croata dal 1991 al 1995. Anche se il nome del ponte appare come un'insegna monolingue, quello che troviamo al suo fianco è un testo bilingue croato-inglese che riporta informazioni su ciò che il ponte e l'area circostante simboleggiano.



Quando si viaggia verso una certa località di solito si scorgono insegne che a intervalli regolari ci informano su quanto manca per raggiungere la nostra meta. I cartelli stradali con sfondo verde forniscono indicazioni per raggiungere una località in autostrada.



Sebbene le insegne che si trovano nelle zone periferiche di una città siano soggette a regolamentazioni ufficiali, queste possono spesso variare in termini di aspetto ed essere persino creative. Nella seconda immagine qui sotto *Prijatelj djece* si traduce liberamente con 'Fiume - una città a misura di bambino.'



Un'insegna che riporta il nome e lo stemma di un luogo non sempre deve essere collocata al suo ingresso:



Le insegne che riportano i nomi di periferie o quartieri urbani sono anch'esse soggette a regolamentazioni ufficiali e sono sempre a lettere nere su sfondo giallo.



La segnaletica stradale ci aiuta ad orientarci nelle varie località. Per lo più è monolingue ma può anche contenere altri simboli semiotici, come quello di un aeroplano che ci indica come raggiungere l'aeroporto. Altri esempi sono le abbreviazioni (A, I, SLO) che si trovano sui cartelli lungo le strade che conducono a determinati stati (Austria, Italia, Slovenia):

I cartelli stradali non solo indicano come entrare in città e come uscirne, ma anche come orientarci al suo interno. Nella maggior parte dei casi, questi sono monolingue:



Le insegne che contengono didascalie sono di aiuto ai viaggiatori. Osservando l'angolo in alto a sinistra di questo cartello notiamo che ci dà indicazioni su come raggiungere il porto, il capolinea dell'autobus e la stazione, mentre le immagini al centro ci indirizzano verso gli alberghi. Queste didascalie sono quelle comunemente usate a differenza dell'ultima, collocata nella parte inferiore del cartello stradale, che sarebbe difficile da decifrare se non fosse per le parole *Astronomski centar* che ci indicano la strada per l' 'Osservatorio Astronomico'. È facile trovare cartelli stradali bilingui nei luoghi comunemente frequentati da turisti stranieri:



Le insegne sugli edifici che ospitano diverse istituzioni, organizzazioni, imprese commerciali, uffici ed altro sono anch'esse soggette a regolamentazioni ufficiali, sebbene gerarchicamente non siano allo stesso livello degli edifici pubblici. Nelle definizioni bibliografiche in materia di paesag-

gio linguistico, talvolta queste insegne sono considerate come ufficiali, e a volte semi-ufficiali in quanto non vi sono leggi nazionali che ne sanciscano l'aspetto.

Una prova del fatto che sono considerate semi-ufficiali è data da questa selezione di insegne che conferma un alto grado di variazione per quanto riguarda il loro aspetto e le informazioni fornite nei testi in esse contenuti.

In un edificio nei pressi del *Korzo*, la più grande area pedonale nel centro di Fiume, vediamo cinque insegne all'ingresso dell'edificio. Due di queste sono insegne ufficiali con lo stemma nazionale insieme al nome dell'istituto secondo quanto stabilito dalle regolamentazioni governative. Queste caratteristiche, pertanto, ne sanciscono l'ufficialità (questo è il caso delle insegne del Difensore Civico e dell'istituto scolastico). Le insegne su entrambi i lati sono quelle della succursale di Fiume del Sindacato della Formazione Tecnica e della Associazione Scout di Fiume. Nessuna di queste organizzazioni è a carattere nazionale e pertanto le loro insegne non devono sembrare ufficiali, né per legge né per consuetudine. Questo risulta evidente dal diverso aspetto di entrambe le insegne. L'insegna di un esercizio privato collocata nel centro dimostra come questo abbia libertà totale nella scelta della forma della propria insegna, mentre in calce alla foto in basso vediamo la parte superiore di due insegne che a loro volta hanno un aspetto ancora diverso dalle altre e pubblicizzano un servizio di cambio valuta.



La differenza è ancora più evidente nelle immagini riportate di seguito che mostrano insegne non ufficiali o commerciali. Per tutta la città di Fiume si possono scorgere insegne commerciali di imprese private. Queste insegne possono sembrare ufficiali, ma per esse non ci sono regolamentazioni ufficiali che ne sanciscano l'aspetto, e sia il testo sia la scelta della lingua sono a totale discrezione dell' esercente.



La minoranza di parlanti italiani in quanto minoranza nazionale italiana autoctona ha una presenza tutta sua, sia in senso fisico che in senso linguistico, e questa simbiosi può essere interpretata come uno spazio che la comunità occupa all'interno del paesaggio linguistico fiumano. In questa immagine vediamo un'insegna rappresentativa della presenza di questa comunità, quella dell'*Unione Italiana Fiume*, scritta sia in italiano che in croato in mezzo ad altre insegne in croato. L'insegna in alto appartiene al teatro di Fiume, *Hrvatsko narodno kazalište* (il teatro nazionale croato), mentre quella in basso alla biblioteca Civica di Fiume, *Gradska knjižnica Rijeka*.



Nel nostro excursus sui temi del paesaggio linguistico abbiamo menzionato il dibattito sulle politiche linguistiche, compresa quella relativa al genere. L'insegna qui sotto è particolarmente interessante in quanto contiene due parti, ed entrambe meritano una glossa. La parte in alto riporta il titolo neutro *odvjetnički ured* che significa 'studio legale' (letteralmente 'studio dell'avvocato'), mentre la parte in basso contiene due caratteristiche che se lette insieme sembrano ambigue. La prima riga contiene la parola *odvjetnica*, il termine croato per 'avvocato' contenente il suffisso *-ica*, che caratterizza l'avvocato come donna, ovvero 'avvocata'. L'uso di questa forma trasmette il messaggio che le forme al maschile per i mestieri non sono il genere sovraordinato e le forme al femminile per le professioni dovrebbero essere identificabili come tali. Ma la riga successiva riporta il sito internet della stessa avvocatessa usando la forma *odvjetnik* 'avvocato' (uomo) seguito dal cognome dell'avvocata. L'uso della forma maschile *odvjetnik* ('avvocato') solo nel sito internet è il modo tradizionale di presentare le professioni.



I nomi di negozi e di erogatori di servizi sono di solito monolingua in croato. Il nome del negozio nell'immagine qui sotto, *Primorka*, significa 'una donna del litorale croato', cioè della costa adriatica settentrionale relativa alla Fiume quarnerina:



Meno comuni sono i nomi di negozi che contengono termini dialettali. La prima parola nel nome del negozio mostrato nella prima foto qui sotto, *koltrina* (in dialetto fiumano e in italiano arcaico *coltrina*, termine presente anche in alcuni dialetti italiani), è un termine regionale che significa 'tenda'. La seconda insegna mostra il termine *Mirakul* 'miracolo' in dialetto ciakovo, mentre il termine *Šilica* che vediamo nella terza immagine significa 'sarta'.



Mentre la questione della lingua potrebbe non essere così importante nei nomi degli esercizi commerciali, per alcuni tipi di servizi le insegne in più lingue sarebbero auspicabili, come nel caso dell'insegna di una farmacia che vediamo nell'immagine qui di fianco, che è invece identificabile come tale solo dalla parola croata *ljekarna* (ovvero farmacia).



Vale lo stesso per i cartelli dei parcheggi: e la nostra esperienza da turisti in un paese straniero ci insegna quanto siano importanti le informazioni in essi contenute.



Diversamente, quando si tratta di pagare, allora l'insegna è bilingue:



Sul tema dei parcheggi, non possiamo fare a meno di notare errori di ortografia, anche se questo è un argomento a parte che non viene trattato in questo libro. In croato, la preposizione 'con' si scrive con una sola lettera, *s*, quando precede una vocale e la maggior parte delle consonanti. Si scrive *sa* quando è seguita da un gruppo specifico di consonanti, e non è questo il caso. Dovrebbe essere *s osiguranim* invece di *sa osiguranim*, come qui indicato:



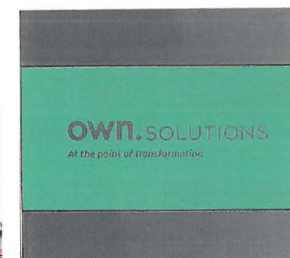
Torniamo ora a soluzioni più degne di lode che hanno come esito insegne bilingui. Come ben noto, arrampicarsi sul muro di un molo è decisamente pericoloso:



Vicino al cartello precedente c'era un altro cartello bilingue, questa volta non con un messaggio che mette in guardia da un pericolo. Qui il messaggio che si vuole trasmettere è che abbracciare qualcuno ti migliora la giornata.



Rivolgendo l'attenzione nuovamente alle insegne monolingui notiamo che sono rare quelle in cui la lingua usata è l'inglese.



Di seguito ne riportiamo due. La prima si trova su un negozio che cerca di attirare i turisti e pertanto la scelta dell'inglese sembra giustificata.



La foto sottostante è stata scattata nella più grande area pedonale di Fiume, il *Corso*, e l'insegna mostrata è di particolare rilevanza in quanto è diretta a potenziali candidati alla ricerca di impiego in un negozio chiuso per restauro. Perché l'insegna è in inglese? A prima vista potrebbe sembrare strano, ma in effetti a pensarci bene, e contestualizzando il testo, è chiaro che si ricerca personale con conoscenza dell'inglese. Pertanto,

chiunque non sia in grado di leggere e comprendere il messaggio (*Hiring now! – assumiamo personale!*) non può fare domanda di impiego.



Una delle caratteristiche dei negozi alimentari biologici è che spesso hanno insegne scritte a mano, ma non è chiaro se questo sia il caso solo quando sono scritte in inglese. Ci si aspetterebbe di vederle anche in croato. Non abbiamo prove di ciò, ma forse la scelta stessa della lingua suggerisce che la popolazione locale tende a mangiare troppo, a mangiare troppa carne e a fare il carico di spesa nelle grandi catene di supermercati. Forse il consiglio è quello di allinearsi con la tendenza globale (vegana) in relazione all'alimentazione, e il miglior modo per trasmettere questo messaggio è attraverso l'inglese. Tuttavia non ne siamo sicuri. Magari stiamo fraintendendo questa insegna, ma questo tipo di strategia pubblicitaria è usata così spesso da farci credere che non si tratti di una coincidenza.



Sopra il negozio di alimenti biologici che vediamo nell'immagine qui sotto è riportato il nome *Greencajg* con una carota che è parte integrante del nome. Si può affermare che il nome sia doppiamente ibrido in base alle sue caratteristiche visive (che combinano elementi linguistici e non linguistici) e agli elementi linguistici che compongono il nome (l'inglese *green* – inteso come verdura – e il termine croato che è un prestito dal tedesco *cajg*). È un gioco di parole efficace e *colorito*, in quanto la pronuncia del termine è molto simile alla parola croata *grincajg* (un adattamento basato sul termine tedesco *Grünzeug*) riferito alle 'verdure di colore verde

che si usano nelle zuppe', tramite la sostituzione di *grin* all'inizio della parola con il termine inglese *green* che è quasi omofono. Grazie alla combinazione di queste forme linguistiche questa insegna spicca.



Il gioco con combinazioni ibride è ancor più evidente nell'immagine qui a fianco tramite il riferimento alla parola croata *kolač* 'dolce'. L'insegna riporta *KOKOLACH* e l'eliminazione del simbolo diacritico 'č' e la sua sostituzione con 'ch' alla fine della parola riflette le convenzioni ortografiche dell'inglese. Il raddoppiamento della prima sillaba *KO* ha come esito *KOKO*, che non è una parola croata, ma è visivamente e fonologicamente congruente con le parole che la seguono *TO GO*. Fino ad ora, l'espressione *to go* era stata usata solo in relazione a bevande, ad es. *kava* ('caffè') *to go*.



Queste insegne ibride attirano la nostra attenzione e ci obbligano a riflettere su cosa vogliamo dire. Tuttavia, sono l'eccezione e non la regola. A Fiume c'è un gran numero di insegne bilingui in cui di solito entrambe le lingue vengono usate in maniera corretta e convenzionale. A volte i

proprietari dei negozi decidono che potrebbe essere utile fornire informazioni in un'altra lingua per attirare turisti stranieri. Questi sono i casi in cui troviamo insegne bilingui (e meno frequentemente multilingui), e il croato di solito è la lingua che appare per prima:



Qui l'ordine è il croato per primo, seguito dall'italiano:



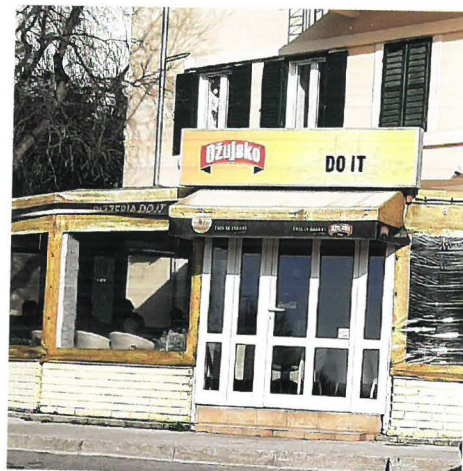
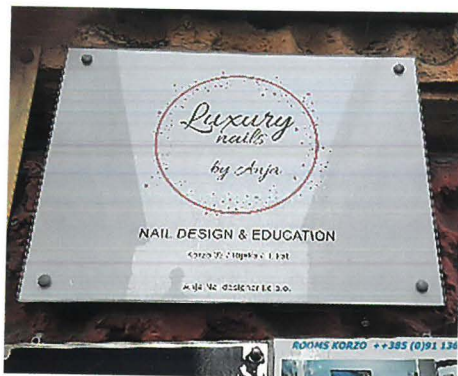
Sebbene non siano così comuni, troviamo insegne in cui l'inglese o l'italiano vengono per primi, seguiti dal croato:



Osservando più da vicino alcuni testi bilingui notiamo che non sempre seguono la convenzione di riportare prima la scritta in croato, e a volte il modo in cui le informazioni vengono strutturate non è coerente. Nell'insegna qui a fianco ci sono sei coppie di parole, cinque delle quali sono in croato e in inglese, ma la prima coppia non è allineata al resto e il termine *tobacco* è seguito da *tobacco*, come se l'equivalente termine in croato *duhan* non esistesse.

Abbiamo notato che la maggior parte delle insegne a Fiume sono in croato e questo è in linea con altri studi sul paesaggio linguistico di aree urbane della Croazia come Essecio (Kordić et al. 2014). Numericamente le insegne in croato sono seguite da insegne bilingui mentre il numero di insegne multilingui è decisamente inferiore.

Alcune insegne confermano la nostra impressione che l'inglese sia una lingua di elezione con un certo prestigio culturale, nel senso che le insegne con testo in inglese hanno anche questo valore simbolico. Da questo punto di vista, l'uso dell'inglese nel paesaggio linguistico fiumano è in linea con le insegne che si trovano nel resto del mondo. Nemmeno lingue "importanti" come lo spagnolo e l'italiano se la cavano meglio di lingue "meno importanti" come il croato.



L'equivalente nelle altre lingue del termine croato *maslinovo ulje* è *olive oil* (in inglese), *Olivenöl* (in tedesco) e *olio d'oliva* (in italiano). L'equivalente italiano non è indicato nell'insegna, e al suo posto ne troviamo un altro che è correlato da un punto di vista semantico, ovvero *extra vergine*. Ma né l'equivalente inglese *extra virgin* né il croato *ekstra djevičansko* sono indicati. Questo tipo di incoerenza crea un po' di confusione.



Passiamo alle insegne multilingui. Una delle insegne multilingui più comuni è quella degli esercizi di cambio valuta, il che è comprensibile visto che si tratta di un servizio per turisti stranieri.



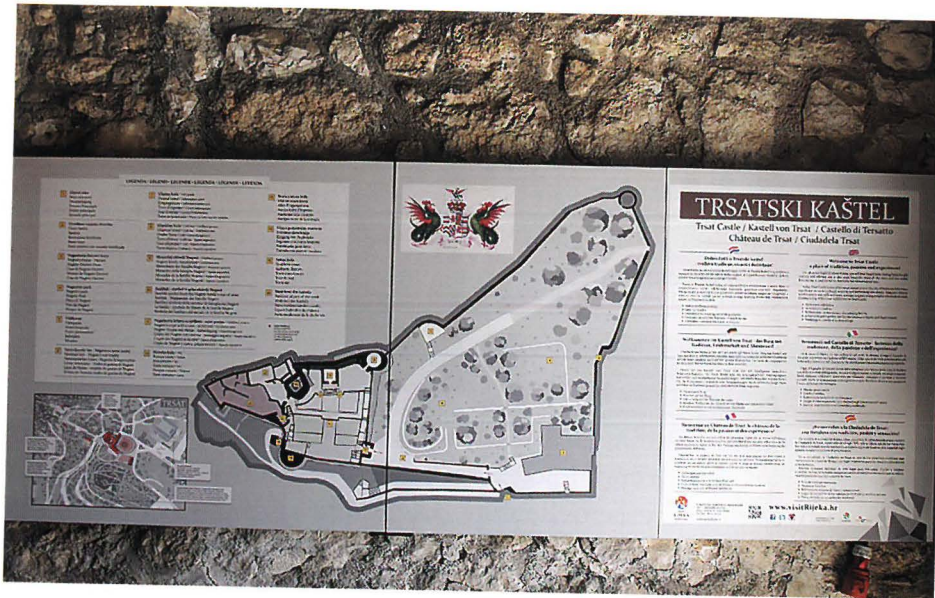
Ci sono pannelli multilingui disseminati per la città che danno informazioni ai turisti sul patrimonio culturale di Fiume, sulle istituzioni culturali e i luoghi di interesse della città. La gamma di lingue disponibili è conforme alle esigenze dei turisti. A un maggior numero di lingue corrisponderà un maggior numero di turisti informati.

Diversamente dall'insegna sopra riportata, quella qui di seguito che pubblicizza olio di oliva dimostra come più lingue possano essere usate in successione ma ciò non significa che vengano usate allo stesso modo.

Questo pannello che si trova sul *Corso*, nel centro della città, mostra delle insegne alquanto uniformi scritte in sei lingue.



Un'attrazione di Fiume è *Tersatto*, una fortezza centenaria circondata da mura che si innalza sopra la città. Ai turisti a Tersatto vengono fornite informazioni dettagliate in sei lingue sul castello e su una delle famiglie nobili croate più famose, la famiglia *Frankopan*, di cui un importante membro è lì sepolto.



Le lingue usate nelle insegne a fianco del croato non sono sempre le stesse. Nell'immagine qui a lato la scritta è in croato, sloveno e inglese, in quest'ordine.



Anche il nome croato della città, *Rijeka*, significa 'fiume', mentre il fiume su cui è costruita in croato si chiama *Riječina* (il nome italiano è Eneo, ma il fiume è anche noto con i nomi, in altre lingue, Fiumara, Tarsia e Récina). L'Eneo si divide in due rami prima di sfociare nel Mar Adriatico e uno dei due rami è noto come *Mrtvi kanal* ('canal morto') e una volta era usato come porto. È disponibile una ricca quantità di informazioni su quest'area e sulla sua importanza marittima.



I nomi delle aree intorno a Fiume sono spesso usati nelle denominazioni di esercizi commerciali, come si può vedere dall'uso di *Mrtvi kanal* (Canal Morto) sulla facciata di un negozio che vende modelli di navi. Nella seconda immagine invece viene usato il nome *Kantrida* che si riferisce a un famoso distretto di Fiume, noto in italiano come Cantrida.



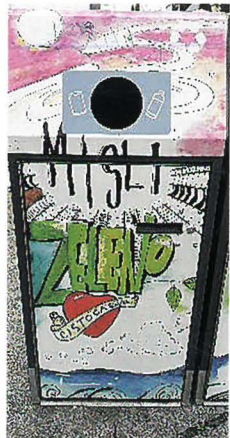
Non bisogna poi dimenticare le molte aree con numerose insegne private e non ufficiali comuni tanto al paesaggio linguistico di Fiume quanto a tutti i paesaggi urbani.

Abbiamo già visto (e in questo libro vedremo ancora) esempi di insegne su edifici, cartelli stradali, cartelloni, pannelli sospesi e cartelli su piante, insegne su veicoli e barche, e qui vogliamo includere anche alcuni fra i meno comuni.

Il carattere mediterraneo di Fiume è visibile nell'insegna su questo barile che ci invita in un ristorante di pesce.



A volte le insegne sui bidoni della spazzatura riportano messaggi di natura ecologica o istruzioni sulla raccolta differenziata. Questi sono esempi della 'funzione educativa' di alcune insegne presenti nel paesaggio linguistico. A Fiume i rifiuti riciclabili vengono raccolti separatamente. Le tre immagini qui sotto mostrano contenitori per la raccolta differenziata di rifiuti riciclabili: nella prima foto quello per bottiglie di plastica, lattine e contenitori di bevande, nella seconda quello per l'olio di cottura, e nella terza quello per gli abiti.



Un tipo particolare di insegna sono gli striscioni di stoffa sospesi fra due edifici che di solito annunciano eventi culturali quali produzioni teatrali, mostre d'arte, concerti ed eventi simili.



Altri striscioni che garriscono al vento sono quelli di una galleria e quelli apposti sugli edifici dell'Università degli Studi di Fiume immortalati nelle foto qui sotto.

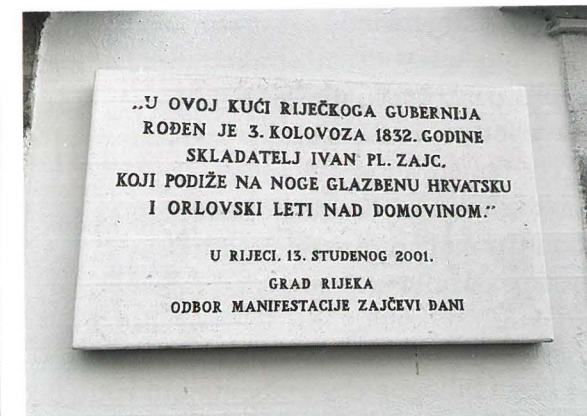
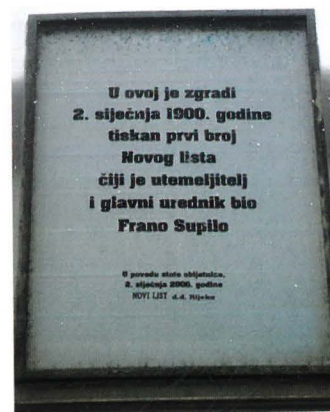


Concludiamo questa sezione con una foto del teatro popolare croato di Fiume che cambia regolarmente le insegne sulla facciata, molte delle quali spesso riportano messaggi che inducono a riflettere. Quella nella prima immagine qui sotto riporta la scritta *Ovo je hram kulture*, che si traduce con 'Questo è il tempio della cultura'.



La seconda insegna mostra un testo molto spiritoso, *Trgovački Centar „Zajc“ – 1500 m² zatvoreno/closed/chiuso/geschlossen*. Questa scritta era comparsa durante uno dei periodi di lockdown della città. Si trattava di un messaggio analogo ad altri che erano spesso affissi sulla porta di ingresso di grandi centri commerciali della zona, come ad esempio quello che riportava la scritta ‘Centro commerciale Zajc – 1500m. Chiuso.

Proseguendo questa sezione che presenta immagini della vita culturale e del patrimonio storico di Fiume è importante notare il gran numero di targhe commemorative della città che rimandano a particolari istituzioni, eventi o personaggi di spicco degli ultimi due secoli. La maggior parte di esse sono collocate nel centro della città e di solito sono in croato, come nel caso di quella che vediamo nella prima immagine qui sotto che commemora la fondazione di una delle prime scuole elementari. La scuola elementare di Tersatto è stata fondata nel 1819 e l’epigrafe in pietra celebra l’alfabetizzazione raggiunta grazie a questa scuola. L’insegna successiva è di una delle prime scuole secondarie croate del tempo, o *gimnazije* (ginnasi in italiano). La terza commemora la fondazione del più vecchio giornale in lingua croata *Novi list* (‘La Nuova Gazzetta’), mentre la quarta è apposta sulla facciata dell’edificio dove il 3 agosto 1832 nacque il compositore Ivan Zajc. Troviamo una dedica simile nella quinta immagine sottostante in cui vediamo un’insegna che celebra il luogo di nascita dello scrittore Hadrijan Mandel-Bademić, nato a Tersatto il 22 novembre 1863. L’ultima immagine mostra la targa commemorativa apposta dai ferrovieri locali che il 15 aprile del 1983 hanno celebrato il centodecimo anniversario della costruzione della linea ferroviaria Fiume-Zagabria.



A fianco delle iscrizioni in croato, su questa targa commemorativa si vedono anche frammenti in italiano. Questa targa commemora Giovanni Kobler, noto avvocato, parlamentare, scrittore e intellettuale nato e morto a Fiume, ed è apposta sulla casa in cui nacque.



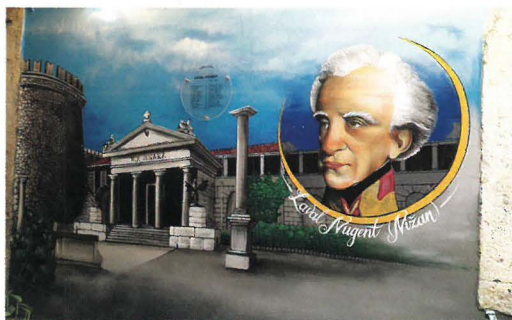
Molti italiani hanno lasciato un'eredità duratura nella città di Fiume e le immagini qui sotto mostrano targhe bilingui che riportano nel dettaglio il loro contributo alla vita culturale e letteraria della città. Quella qui a fianco adorna l'edificio in cui il 25 novembre 1869 nacque Irma Gramatica, famosa attrice di teatro e poi cinematografica.



La targa bilingue che vediamo qui sotto è stata apposta in memoria di Mario Gennari e Giuseppe Duella nati rispettivamente nel 1917 e nel 1918, entrambi membri del Partito Comunista Croato di Fiume, ed entrambi italiani. Hanno lottato per la fratellanza e l'unità fra croati e italiani e sono morti in battaglia per questa causa poco prima della fine della Seconda Guerra Mondiale.



Alcuni personaggi storici degni di nota sono commemorati su murali, come Laval Nugent (la parola *Nižan* è riportata dopo il nome fra parentesi per aiutare i lettori a ricordarsi come si pronuncia il suo cognome, alquanto insolito in quest'area):



Proseguendo il nostro percorso ci avventuriamo in altri luoghi dove troviamo altri tipi di insegne. Una volta le insegne erano statiche e potevano essere viste dai passanti in un solo luogo. Sono ormai decenni che vediamo insegne mobili. Le prime in tal senso erano insegne autorizzate su automobili o camion (come *za vlastite potrebe* che significa 'servizi di trasporto per conto proprio'), ma oggi siamo circondati da messaggi e insegne pubblicitarie su mezzi di trasporto pubblici. Vengono cambiate ciclicamente e oltre a contenere messaggi pubblicitari a volte trasmettono messaggi (o informazioni) culturali, sportivi, umanitari o socialmente rilevanti.

La prima immagine qui sotto mostra un furgone con le scritte *Čuvamo planet Zemlju* ed *Ekoplanet*. La prima si traduce con 'Ci sta a cuore il pianeta Terra' e la seconda significa 'Pianeta Eco'. La seconda immagine mostra un veicolo per il trasporto di bevande per un caffè sul lungomare. La denominazione della caffetteria è *Morski prasac*, che sarebbe il nome di una specie di squalo, *oxynotus centrina*, comunemente noto come pesce porco. Il terzo furgone, con l'insegna scritta solo in inglese, appartiene a un meccanico specializzato nella manutenzione della scatola del cambio.





Gli oggetti mobili sono strategici in quanto possono diffondere messaggi più di quanto non facciano le insegne statiche.

Gli autobus spesso alternano le insegne in base all'ente committente che li paga. I messaggi e le lingue usate cambiano in continuazione, ma alcuni messaggi sono più longevi, come questo, *Vozim na plin*, 'Vado a metano' seguito da una frase che in croato fa rima con la precedente: *Prema prirodi sam pristojan i fin* 'sono educato e rispettoso nei confronti della natura'. Nella seconda immagine vediamo la sezione posteriore di un autobus che sfoggia la scritta *Tiša od tišine*, che significa 'Più silenziosa del silenzio'.



Fiume è una città sul mare. Fiume è un porto. Fiume di mare vive e respira.

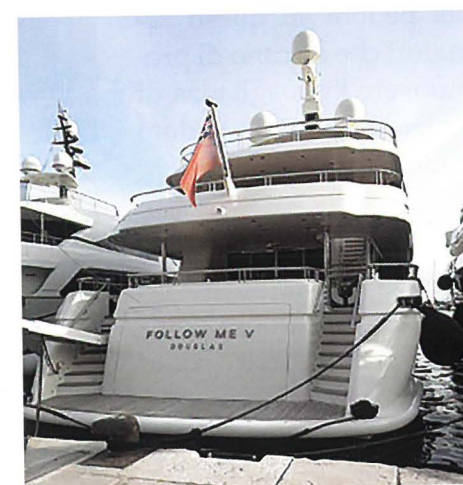
Ogni qualvolta ancorata in porto, la nave scuola *Kraljica mora* 'Regina del mare' attira l'attenzione della gente, così come la vecchia barca *Uragan*, 'Uragano' (di cui ripareremo più avanti).



Fiume è il porto di attracco di molte navi. La principale compagnia navale che presta servizio sulla costa croata è la *Jadrolinija*. Nell'immagine a sinistra vediamo una delle sue navi più grandi. *Marko Polo*, o 'Marco Polo' come è noto in italiano, nacque più a sud, nell'isola dalmata di Curzola. L'immagine sulla destra mostra un peschereccio decisamente più piccolo che si chiama *Tunj* che significa 'Tonno Rosso'.



Proseguendo sul molo vediamo barche di altri paesi che trascorrono l'inverno attraccate al porto. Battono bandiere straniere e i loro nomi in diverse lingue vanno a sommarsi al nostro paesaggio linguistico.



Le varie lingue intorno a noi

A Fiume quando si parla dell'uso delle lingue straniere nelle insegne, la gente è per lo più convinta che le parole inglesi vengano utilizzate nel paesaggio linguistico di (tutte le) altre parti del mondo. Una semplice passeggiata per la città ci mostra le lingue che ci aspetteremmo di vedere, ma anche alcune più inaspettate, e in questa sezione ci concentriamo su queste ultime, e su altre lingue in cui ci siamo imbattuti che usano diversi alfabeti. Spesso queste insegne sono bilingui, e il croato è la lingua 'ospitante'. Di seguito offriamo una selezione di quelle che si trovano in giro per la città.

A Fiume non solo molti nomi di istituti non ufficiali o privati sono in lingue straniere ma anche i nomi di alcuni istituti ufficiali. Ciò non sorprende visto che ci sono scuole e asili per la minoranza etnica italiana di Fiume dove la lingua dell'istruzione è l'italiano. Questi sono esempi di insegne *top-down*:



Se sullo stesso edificio ci sono altri istituti, anche le insegne di questi ultimi possono essere bilingui, come si può vedere qui sopra nell'insegna della Società di Arti Marziali di Fiume, qui indicata con *Društvo bori-lačkih vještina „Rijeka“ / Societè delle arti marziali „Rijeka“*. (Nella dicitura

in italiano del club di arti marziali c'è un errore di ortografia: "Societe" invece della grafia standard dell'italiano, "Società".)

Un altro insieme di istituzioni con insegne bilingui e ufficiali sono i consolati. Fiume è da secoli sede di diversi consolati stranieri, le cui targhe coi loro nomi ufficiali sono bilingui e la lingua del paese viene usata per prima, seguita dal croato. Nelle immagini qui sotto vediamo le targhe del consolato austriaco, di quello albanese, di quello serbo e di quello svedese, tutti situati a Fiume. Mentre l'insegna del consolato svedese è solo in svedese, quella del consolato albanese è scritta in albanese, croato e inglese.



Alla fine del XIX secolo il console rappresentante dell'Impero della Russia zarista a Fiume era un macedone, Andrija Petkovič, che era anche uno stimato docente e intellettuale. Questa targa bilingue in croato e macedone apposta sull'edificio in cui ha lavorato come console per 19 anni riporta informazioni sulla sua vita.



Questa è la targa del consolato onorario della Repubblica di Macedonia a Fiume. Essendo una insegna più contemporanea non sorprende il fatto che a fianco del macedone e del croato, il nome del consolato sia anche riportato in inglese.



La comunità macedone di Fiume è alquanto attiva e ci sono diverse targhe ufficiali all'ingresso degli edifici di questa comunità. La loro natura ufficiale è evidente dalla loro dimensione, dallo sfondo nero, dall'uso delle lettere di color oro e dallo stemma nazionale. Si vedono sia la bandiera nazionale della Macedonia del Nord che gli emblemi ufficiali della città di Fiume e della Regione Litoraneo-Montana.



Vi è un terzo gruppo di insegne che si possono classificare come semi-ufficiali. Un esempio sono le insegne sulle donazioni da parte delle città gemelle, come questa in giapponese su una fontana donata da Kawasaki, città gemellata con Fiume.



Un'altra targa appartenente a questa categoria commemora la donazione che lo stato del Qatar ha fatto al Centro Islamico di Fiume. La targa è in croato, arabo e inglese. Degno di nota è il fatto che la data è riportata due volte: una secondo il calendario gregoriano e l'altra secondo quello islamico.



Alcune lingue straniere sono poco rappresentate nelle insegne che si vedono per la città, e a volte si vedono solo nelle insegne di negozi di specialità etniche o ristoranti tipici, come quella che si vede qui a lato.



Nel paesaggio linguistico fiumano, a fianco di testi scritti con l'alfabeto latino troviamo testi scritti con altri alfabeti. Qui a fianco vediamo un esempio di un testo scritto in cirillico su una targa della chiesa ortodossa nel centro della città. La targa riporta la stessa dicitura in alfabeto latino sotto quella in cirillico. La scritta dice 'Chiesa Serba Ortodossa di San Nicola'.



A parte le insegne ufficiali e semi ufficiali in croato e in altre lingue, il paesaggio linguistico urbano di Fiume è caratterizzato da un gran numero di insegne non ufficiali, sia private che commerciali. In esse troviamo una grande varietà nelle scelte linguistiche e in alcuni luoghi non è sempre facile determinare quale sia la scelta più frequente. Nel complesso, le insegne monolingui in croato sono le più frequenti, seguite da quelle monolingui in inglese. Le insegne bilingui sono seconde per frequenza seguite da quelle trilingue, come accennato nel capitolo precedente.

Qui mostriamo dei testi brevi che sono missive temporanee scritte col gesso su delle lavagnette. Sono scritte in inglese e contengono messaggi affettuosi per i passanti, molti dei quali sono sicuramente in grado di comprenderli.



Altre insegne utilizzano strategie per 'parlare' ai clienti ed attrarli, in questo caso durante la stagione calda a Fiume. Un negozio che vende bibite rinfrescanti esibisce un'insegna con le parole inglesi *Fresh lemonade* (limonata fresca) con il sintagma *to go* che oramai sembra essere onnipresente.

Quando notiamo che le insegne sono di dimensioni ridotte non significa che il messaggio che devono trasmettere sia di minore interesse. Di seguito presentiamo l'immagine di un blocco di cemento con quattro targhe in ottono incastonato nel marciapiede. Le suddette targhe commemorano gli abitanti di Fiume che sono stati deportati nei campi di concentramento durante la Seconda Guerra Mondiale. Queste targhe fanno parte di un progetto internazionale chiamato *Stolpersteine*, un termine tedesco che significa 'pietra d'inciampo' o metaforicamente 'blocco d'inciampo' e se ne trovano circa 75.000 nei marciapiedi di tutta Europa. Il termine *Stolperstein* oggi si usa anche in inglese, mentre il termine croato è *kamen spoticanja*, un calco basato sul termine tedesco originario. Le *Stolperstein* riportano informazioni sugli anni in cui i soggetti sono nati, sono stati arrestati e deportati. La data in cui sono stati uccisi ad Auschwitz rimane ignota. Queste pietre d'inciampo sono fra le prime che si trovano in Croazia.



Nel XXI secolo la gente era probabilmente esposta a lingue e alfabeti a loro precedentemente ignoti. Al Club dei Giovani di Fiume alcuni giovani turisti hanno lasciato i messaggi che vediamo riportati sotto. Essendo scritti con il gesso, non si sa quanto saranno leggibili dopo il prossimo acquazzone:

Il presente non è un elenco completo delle lingue che si trovano nel paesaggio linguistico fiumano. Per esempio, sulle lapidi di entrambi i cimiteri di Fiume situati nei distretti di Tersatto e di Cosala troviamo altre lingue che non sono state finora menzionate. È probabile che su quelle lapidi si trovino anche esempi di altri alfabeti e tipi di scritture (come nel caso del cimitero ebraico di Cosala).

In ogni caso vale la pena ricordare che alcune lingue straniere non fanno solo parte della storia di Fiume ma anche della memoria collettiva che tuttora persiste. Le numerose targhe commemorative che punteggiano il paesaggio linguistico della città attirano l'attenzione dei passanti, siano essi abitanti del luogo o visitatori. Qui di seguito mostriamo delle insegne che sono state apposte in memoria di personaggi o eventi degni di nota. In quelle qui a fianco, la posizione e il prestigio dell'ungherese e dell'italiano a Fiume, allora come oggi, risultano evidenti.

Nella prima immagine riportata qui a fianco vediamo la facciata di un convento appartenente all'ordine delle *Sorelle del Sacro Cuore di Gesù* con l'insegna sia in croato che in italiano. La seconda insegna mostra il politico e giornalista ungherese Miklós Vásárhelyi, nato a Fiume nel 1917, con una dedica in croato, ungherese e italiano.



La targa qui a lato è una testimonianza dei rapporti fra la Croazia e l'Ungheria basati sullo sport. Forse non è una coincidenza che il famoso ingegnere, Robert Whitehead, un inglese (!), sia stato determinante nell'organizzare una partita di calcio. La targa riporta i dettagli di una partita giocata fra gli impiegati delle Ferrovie dello Stato ungheresi e l'Associazione Tecnica di Fiume in occasione dell'apertura della linea ferroviaria fra Fiume e Karlovac, cittadina nel centro della Croazia.

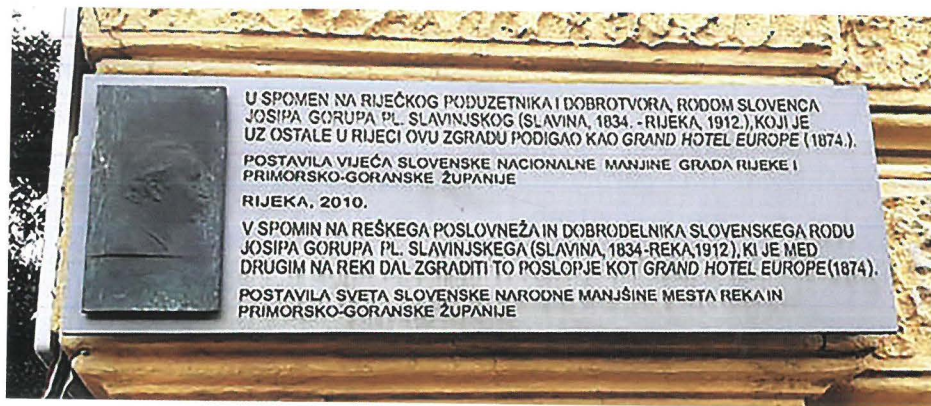


Una targa commemorativa dedicata a Marisa Madieri è certamente un invito a fermarci un momento e a richiamare alla memoria le sue opere letterarie. Il multilinguismo e il multiculturalismo di Fiume sono spesso elementi centrali nelle sue opere. La targa a lei dedicata è scritta sia in croato che in italiano.

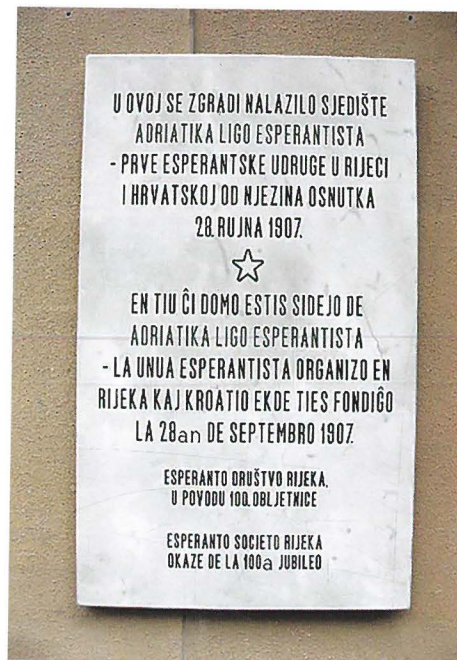


I censimenti condotti nell'Ottocento e del Novecento registrano una presenza notevole di residenti che conoscevano e usavano lo sloveno. La targa qui di seguito è prova dei legami fra la Croazia e la Slovenia, e commemora Josip Gorup, uomo d'affari e filantropo nato in Slovenia e

morto a Fiume nel 1912. Gorup è stato determinante nella costruzione del *Grand Hotel Europa* costruito nel 1874.



Per concludere, presentiamo qui di seguito un'insegna in una lingua che unisce tutti – l'esperanto. La prima Società Esperantista in Croazia si è formata a Fiume nel 1907. La targa in pietra collocata nel centro della città, sul *Corso*, commemora la fondazione della *Adriatika Ligo Esperantista*, Lega Esperantista Adriatica.



IV.

L'identità di Fiume nelle insegne pubbliche

Numerose insegne cittadine contengono indicatori o simboli relativi a Fiume. Fra questi troviamo il nome della città stessa, **Rijeka**, o più raramente il nome della stessa in italiano, **Fiume**, o ancor più di rado il suo nome latino, **Flumen**. Altri indicatori o simboli sono il prefisso **RI** che si trova sulle targhe di tutti i veicoli registrati a Fiume, **RK** per tutte le imbarcazioni registrate al porto di Fiume, e il prefisso telefonico della città, **051**. Passeggiando per Fiume notiamo altre insegne che rimandano all'identità della città in diversi ambiti come lo sport e la cultura, e in altri come l'Università degli Studi di Fiume e il tempio mariano a Tersatto.

La parola croata *rijeka* scritta con la 'r' minuscola significa 'fiume' ed è un sostantivo comune, ma scritto con la 'R' maiuscola è il nome della città, ed è un nome proprio. Questo significa che l'uso del termine 'rijeka' (fiume) consente ambiguità volute, come nel caso del motivo dell'ombrello-ne qui sotto. Le parole Rijeka užitka significano 'un fiume di divertimento', ma l'associazione fra la città di Fiume e il termine 'divertimento' è ovviamente intenzionale.



Fiume è una città collocata sul fiume Eneo, in croato Rječina, termine etimologicamente derivato da *rijeka*, che significa 'fiume' in croato. Non solo il nome rivela chiaramente che la città si trova vicino all'acqua, ma la sorgente d'acqua del fiume Eneo è essa stessa illimitata e inesauribile, da cui il motto latino della città *indeficienter* ('improsciugabile') che troviamo sotto l'aquila a due teste nello stemma della città. Anche senza il motto, l'aquila a due teste viene usata come simbolo della città, come

dimostra l'immagine dell'autobus qui di seguito. La terza immagine è di un murale con una scena di una nave in mare aperto con la vela bianco-azzurra (i colori del Rijeka, la squadra di calcio principale di Fiume) con la frase *Volim grad koji teče*. Questa è una dichiarazione affettuosa e ambivalente che si trova spesso in giro per la città (per esempio, un'immagine che mostra la targa di un veicolo e un adesivo con la stessa frase è inclusa nelle pagine seguenti). È stata tradotta con 'Amo la città che scorre' e rimanda al fatto che il nome della città si riferisce, appunto, a un *Fiume* (che scorre). Ovviamente, quella della 'città che scorre' è una metafora che rimanda a immagini positive di una città in movimento, dinamica e al passo coi tempi.



Nella maggior parte dei casi, le forme testuali che fanno riferimento a Fiume sono più comuni. Nella seconda immagine qui riportata, la com-



binazione di *Rijeka* con due termini inglesi, *Rijeka City Card*, ha un tono più 'internazionale'.

Fiume è da sempre il nome italiano della città. Su alcuni cartelli stradali il nome *Fiume* è riportato a fianco del nome croato *Rijeka*, e alcuni vorrebbero che questa pratica diventasse più frequente. All'interno della città stessa, il termine *Fiume* è usato come parte del nome di imprese commerciali private. Nell'immagine a sinistra lo vediamo come parte del nome di una caffetteria mentre nell'immagine a destra è parte della denominazione di una compagnia di taxi.



Il grido *Forza Fiume* è uno slogan diffuso fra i tifosi della principale squadra di calcio di Fiume, il NK Rijeka, ovvero "club calcistico Fiume". Mentre questa collocazione in italiano standard risulta arcaica, è il termine tuttora usato nella comunità italoфона di Fiume.



Il termine *Flumen*, nome latino della città, non si vede molto spesso e uno dei rari esempi è mostrato qui di fianco, in cui è usato come marca di una birra locale.



Una parola che riscontriamo più di frequente a Fiume è *Fluminensia*, un termine derivato dal nome latino della città e usato in riferimento a 'cose che vengono da Fiume.' Per esempio, il termine viene usato in riferimento ai lavori del famoso studioso e filologo del XIX secolo, Fran Kurelac. Sebbene non ne siamo riusciti a trovare un esempio visibile in città, esso fa parte del paesaggio linguistico fiumano se ne accettiamo una definizione più ampia che comprenda anche spazi interni, spazi digitali, eccetera.

Un altro termine etimologicamente derivato dal nome latino o italiano della città è *Fiumara* che, oltre a essere uno dei nomi con cui è noto il fiume Eneo, è il nome di una delle vie principali di Fiume.



Troviamo la contrazione *RI* sulle targhe di tutti i veicoli registrati a Fiume ed è diventata una sorta di logo con cui Fiume viene riconosciuta immediatamente. La troviamo da sola, come nella denominazione del caffè qui sotto, oppure con o addirittura all'interno di un'altra parola, come nel caso di *ŠtoRIja* (storia, racconto), che è il nome di questo locale.



Una tendenza più recente è quella di usare la contrazione *RI* nella denominazione di esercizi commerciali: *Riperaj* e *Ricikleta*. Il negozio chiamato *Riperaj* (dal verbo 'riparare') è un negozio che effettua riparazioni, e il gioco di parole è basato sul prefisso *RI* in combinazione con il suffisso *-eraj*, che si riferisce all'entità fisica così come il suffisso *-ery* in inglese e *-ria* in italiano, per esempio panetteria, tintoria. *Ricikleta* è il nome delle biciclette elettriche che si possono affittare. Il nome *Ricikleta* mostra il prefisso *RI* unito a *cikleta*, nelle ultime tre sillabe si basa sul termine italiano *bicicletta*. Perfino i parcheggi destinati a queste biciclette elettriche si chiamano *Ricikletino parkiralište* 'parcheggio per Ricikleta'.





Anche la seconda e la terza lettera del nome dell'annuale fiera del libro di Fiume, *vRisak* ('Grido') rappresentano l'acronimo caratteristico della città.



La città di Fiume è nota per la sua scena rock. Il poster che vediamo qui di fianco mostra la parola *PJESMARICA* che significa 'canzoniere' scritto a lettere maiuscole. A sinistra del leone vediamo la parola *RIKA!* che significa 'ruggito!',



seguito dal termine *RIROCK* 'rock di Fiume' con riferimento alla musica rock locale. Per un parlante croato il cui dialetto ha la pronuncia icaviana, *Rika* è il modo in cui il nome della città viene pronunciato.

Come indicato in precedenza, il prefisso **RI** appare sulle targhe di tutti i veicoli registrati della città e delle zone circostanti. Alcuni proprietari di veicoli si divertono ad aggiungere dei dettagli che rendono l'identità di Fiume ancora più visibile. Col permesso del proprietario del veicolo che vediamo nella foto qui sotto, vogliamo far notare tre simboli caratteristici visibili nella parte posteriore di quest'auto: **RI** quale prefisso dell'area, il numero **051**, che è il prefisso telefonico dell'area di Fiume, e il messaggio *Volim grad koji teče* 'Amo la città che scorre.' Il messaggio è un riferimento metaforico al nome della città, Fiume.



Troviamo il prefisso telefonico **051** nel nome di questa scuola guida:



Le imbarcazioni marittime e fiumane sulla targa riportano il prefisso **RK**, non **RI**. Poiché questo prefisso è formato da due consonanti, non si presta ad essere combinato con altri nomi ed etichette. Non ci sono esempi in cui il prefisso viene usato metaforicamente come un identificativo, e il suo uso è limitato alle imbarcazioni.



Alcuni simboli caratteristici di Fiume sono noti anche al di fuori di Fiume, mentre altri sono noti solo agli abitanti locali, come nel caso del *Trsatski zmaj*, il 'Drago di Tersatto':



Il quotidiano *Novi list* 'La Nuova Gazzetta' è noto non solo a Fiume. Il giornale è stato fondato oltre un secolo fa da Frano Supilo. L'immagine che vediamo sulla fiancata dell'autobus qui sotto dice *NOVI120LIST* col numero '120' che si riferisce al fatto che nel 2020 il *Novi List* ha celebrato il suo centovesimo anniversario. Nell'immagine della targa qui sotto leggiamo *Ulica Frana Supila* 'Via Frano Supilo'. Frano Supilo (1870-1917) viene descritto come *političar i novinar*, ovvero 'politico e giornalista', e *utemeljitelj Novog lista*, 'il fondatore del *Novi list*'.



Fra le molteplici istituzioni culturali della città, una che spicca in maniera particolare è il *Hrvatsko narodno kazalište Ivana pl. Zajca* 'Teatro Nazionale Croato Ivan Zajc'. Striscioni appesi alla facciata del teatro annunciano le produzioni teatrali in programma. Nella prima immagine qui sotto catturata dalla nostra macchina fotografica vediamo *Riječki diptih* 'un dittico fiumano' scritto a lettere maiuscole. Un dittico è un quadro diviso in due scomparti incorniciati da una struttura di legno e ripiegabili l'uno sull'altro come un libro. Il termine *diptih* 'dittico' qui è usato metaforicamente in riferimento a due opere teatrali entrambe incentrate su un tema comune. In questo caso, il tema comune è 'la vita a Fiume'. La prima opera, *Leica format*, è basata sull'omonimo romanzo dell'autrice recente-

mente scomparsa Daša Drndić (1946-2018), una delle scrittrici croate più famose. Il libro è stato tradotto in inglese con lo stesso titolo. L'altra opera teatrale incentrata sulla società fiumana è *Vježbanje života* di Nedjeljko Fabrio (1937-2018), che in italiano è stata tradotta con 'Esercitazione alla vita'. Il romanzo dall'omonimo titolo croato è stato tradotto in italiano con 'L'esercizio della vita'.¹ Sebbene né Drndić né Fabrio fossero nati a Fiume, entrambi hanno vissuto a Fiume la maggior parte della loro vita adulta e vengono considerati scrittori fiumani.

L'immagine in basso a destra mostra una statua in onore di Ivan Zajc. L'iscrizione contiene le parole *Ivan pl. Zajc* (in italiano Giovanni de Zajc), con la particella *de* in minuscolo, caratteristica di chi possiede un titolo nobiliare, si riferisce alla elevazione al rango di nobiltà del compositore fiumano per via dei suoi meriti artistici. Sotto il nome leggiamo le parole *Hrvatski skladatelj* 'compositore croato' e 1832 – 1914.



Messaggi e missive relative agli spettacoli che si svolgono al Teatro Nazionale di Fiume sono visibili e mobili attraverso la città grazie al materiale visivo sugli autobus cittadini. Nella prima immagine leggiamo le parole *Vježbanje različitosti* 'L'esercizio delle diversità'. Questo in realtà non è il nome dell'opera teatrale, ma un messaggio volutamente ambiguo. Il termine *vježbanje* 'esercizio' indicizza la prima parola dell'opera di Nedjeljko Fabrio *Vježbanje života* 'Esercitazione alla vita' e con questo messaggio si intende pubblicizzare l'opera teatrale. Lo slogan 'l'esercizio delle diversità' è stato ampiamente usato prima e durante il 2020, l'anno in cui Fiume

¹ Trattasi di due traduzioni dello stesso titolo.

era la Capitale Europea della Cultura. La seconda immagine contiene il titolo *Opera 'Opera'*, ed è un invito aperto affinché le persone vadano all'opera, compresa quella rappresentata al Teatro Nazionale Croato Ivan Zajc.



Durante i mesi invernali, Fiume festeggia il Carnevale, che è noto come la 'quinta' stagione della città. Le parole *Riječki karneval* (Carnevale fiumano), come è noto in croato, adornano le strade della città, come si vede nell'immagine qui sotto dove queste parole appaiono sugli striscioni sospesi sul *Corso*, la principale via pedonale della città.



Fra le maschere indossate da alcuni frequentatori del carnevale troviamo il *moretto di Fiume*, ispirato al ciondolo portafortuna con la figura del moro. Questa figura è a tutti gli effetti la mascotte e il simbolo del Carnevale fiumano dal 1991. È probabile che la figura del moro con gli orecchini d'oro venga da Venezia, dove è noto come il *moretto veneziano*. La fi-



gura qui di seguito mostra una maschera colorata simbolo di ottimismo, energia positiva, e protezione per chi lo indossa. Non è insolito vedere

l'immagine del *moretto fiumano* per le vie della città: l'immagine sotto a destra mostra la facciata del *Restoran Morčić* (Ristorante il Moretto).

Un altro elemento che caratterizza i cittadini di Fiume è il loro amore per lo sport, in particolare per il calcio. La squadra principale della città *HNK Rijeka* 'Il club calcistico di Fiume', come anche l'*Orijent*, l'altra squadra importante con sede a Sussak, nella zona est della città, rappresentano un elemento importante dell'infanzia, ma anche dell'età adulta di molti abitanti di Fiume. L'immagine qui sotto mostra una targa che commemora la fondazione di una squadra di calcio nota con il nome di *Kvarner* (Quarnero). Sulla targa c'è scritto:

U ovoj je zgradi 29. srpnja 1946. godine osnovan nogometni klub "Kvarner", današnji HNK "Rijeka". Povodom 60. obljetnice kluba. Grad Rijeka.

'Il "Quarnero" Football Club è stato fondato in questo edificio il 29 luglio 1946. Oggi è noto col suo nome attuale "HNK Rijeka" (il club calcistico di Fiume). In occasione del sessantesimo anniversario della squadra. La città di Fiume.'



I tifosi del Rijeka sono noti come *Armada*. Il termine *Armada* è una parola del dialetto fiumano, il dialetto istroveneto parlato dagli italiani della città. L'*Armada* considera tutta la città di Fiume come il



proprio territorio, e i numerosi simboli e richiami alla sua presenza in città fanno parte del paesaggio linguistico fiumano. Il suo slogan è *Način života* 'Stile di vita'.

Il testo nei murali dipinti da membri dell'*Armada* è monolingue e di solito in croato standard, e più raramente in dialetto. Quello che sembra evidente è che i membri dell'*Armada* mostrano anche a quale *kvart*, quartiere o rione della città, appartengono. Gli artisti che creano questi murali sembrano cogliere ogni opportunità per incorporare nelle loro opere d'arte altri simboli caratteristici di Fiume. L'immagine riportata qui di seguito contiene il testo *Nad stijenama KantRide* 'Sulle rocce di CantRida'. Cantrida è il quartiere della città dove la squadra del Rijeka gioca in casa. Nella parola *KANTRIDA* (scritta con il grafema <k> in croato) le lettere *RI* spiccano in quanto scritte con un colore diverso dal resto del testo, ovvero in bianco. La scelta del bianco non è casuale: a causa della prevalenza del bianco nei colori della squadra, i giocatori del Rijeka sono noti come *bijeli* 'i bianchi'.

Un altro murale creato dai membri dell'*Armada* mostra due navi, ognuna con un emblema riconoscibile sulla randa. La nave sulla sinistra mostra il logo del Rijeka mentre quella sulla destra ha lo stemma della Croazia con la scacchiera bianco-rossa. Nel murale un tifoso defunto viene onorato con le parole *I zvijezde iznad Rijeke plaču u čast našem prijatelju i navijaču. Rijeka u srcu. Armada do groba.* 'Anche le stelle nel cielo sopra Fiume piangono per il nostro amico e compagno tifoso. Rijeka nel cuore. Insieme all'*Armada* fino alla morte.'



Alcuni sobborghi della città con una forte identità locale, come Sussak, vantano murali con i nomi delle proprie località scritti in glagolitico come si vede nell'immagine qui a sinistra. L'immagine a destra celebra gli abitanti locali, *Sušaćani* in croato.



Questa insegna con la sagoma di pesce non sorprenderebbe affatto in una città di mare. Le lettere che compongono le parole *Samo Rijeka* 'Solo Fiume' sono disposte in modo da disegnare la sagoma di uno squalo.



Nei posti più inimmaginabili troviamo adesivi e altri tipi di messaggi di tifosi del Rijeka, come ad esempio sulla ringhiera di un giardino in un parco della città. Sull'adesivo si legge *Sloboda navijačima* 'Libertà ai tifosi.' Il messaggio è una variante spiritosa della più nota frase *Sloboda narodu* 'Libertà al popolo'.



A Sussak, nella parte orientale di Fiume, nello stadio della squadra locale, l'*Orijent*, si legge lo slogan *Vavek naprvo* 'Sempre avanti'. Linguisticamente questo slogan non è in croato standard, ma nel dialetto ciacavo parlato in quest'area del litorale croato.



Anche un'insegna che troviamo allo stadio è scritta in ciacavo e dice *Pikala se takala se hala za Sušaka* 'È stato preso a calci e sbattuto a terra – il pallone di Sussak'.



Uno slogan comunemente associato ai tifosi di Fiume, ma non solo, che condensa la mentalità degli abitanti di Fiume è *Krepat, ma ne molat*. È una frase nel dialetto locale che si traduce con "Crepa, ma non mollare." La si vede un po' ovunque in giro per la città:



La frase *Krepat, ma ne molat* 'Crepa, ma non mollare' dice molto dei fiumani. Un'altra frase associata alla città di Fiume è *ŠTA DA?*

Quando qualcuno usa questa frase in qualsiasi altro luogo della Croazia viene subito riconosciuto come un fiumano. Si traduce più o meno con 'Veramente!?' o 'Ma davvero!?' È un'espressione comune usata in diversi contesti, ed è approdata anche nelle insegne che si vedono per la città, comprese quelle di questi due esercizi commerciali. Nella foto sulla sinistra *šta da?!* è il nome di un negozio di souvenir di Fiume. Nella foto sulla destra si legge *Trgovina. "Svašta nešto! Šta da?"* che significa 'Il negozio "Di tutto un po'. Ma davvero!?"'



Le insegne in dialetto ciacavo sono rare, e pertanto sono molto interessanti da analizzare. L'immagine in basso a destra mostra un pescatore che parla ciacavo e si lamenta che i pesci non abboccano. Il gabbiano risponde in ciacavo dicendo: 'sembra che sua moglie dovrà andare al mercato'. Ancor più rare sono le insegne in fiumano, la varietà locale di italiano parlato a Fiume. Il ristorante che vediamo nell'immagine qui sotto a destra ha un nome in fiumano, *Molo lungo*, che ovviamente significa 'Molo Lungo'.



Un altro caratteristico simbolo di Fiume e dintorni è la *mlikarica*. È un termine dialettale che significa 'lattaia', come si vede nella foto qui sotto:



Nei secoli passati Grobnico, città situata a cinque chilometri nell'entroterra, riforniva di latte la città di Fiume. Sebbene siano passati molti decenni da quando l'ultima lattaiia ha portato il latte sulla tortuosa strada di 12 chilometri che conduce a Fiume, sono in molti ancora ad avere un ricordo vivo e un legame affettivo con quelle donne che si levavano prima dell'alba, mungevano le mucche e si facevano quella lunga camminata verso Fiume portando quei pesanti contenitori di latte. Dovevano vendere il latte al più presto, specialmente d'estate, perché non andasse a male, ma anche d'inverno, per poter tornare a casa il prima possibile per evitare di stare fuori al freddo troppo a lungo. La piazza di una città e la statua che vediamo nell'immagine qui sopra commemorano queste lattaiie. In giro per la città si può vedere il simbolo della lattaiia. La fotografia qui sotto mostra questo simbolo iconico lungo uno dei sentieri che le lattaiie percorrevano nel loro tragitto verso Fiume.

Fiume è nota come centro industriale. Il nome *3. Maj*, '3 maggio' appare su un'enorme gru vicino ai cantieri della città, fondati nel 1892 e inizialmente noti come *Kvarnersko brodogradilište*, letteralmente 'Cantieri navali del Quarnero', poi *Danubius*, nome attribuitogli dai proprietari che erano residenti in Ungheria, e successivamente col loro nome italiano *Cantieri navali del Quarnero*. La data del 3 maggio commemora il giorno in cui le truppe dell'Asse lasciarono Fiume nel 1945.



Tutte le città hanno un monumento, un punto di riferimento, o un luogo storico che le distingue da altre località circostanti e spesso da altri luoghi della regione in cui sono collocate. Fiume ha il Santuario di Tersatto. L'immagine a sinistra riporta, in alto, la scritta *Svetište Majke Božje Trsatske*, 'Il Santuario della Madonna del Tersatto'. Sotto queste parole

leggiamo *Hrvatski Nazaret* 'La Nazareth croata', seguita da *Gospa Trsatska* 'Nostra Signora di Tersatto'. Viene poi descritta secondo i tre attributi qui di seguito: *Zvijezda mora* 'Stella del mare'; *Kraljica Jadrana* 'Regina dell'Adriatico'; e *Čuvarica Grada Rijeke* 'Custode della città di Fiume'.

Una parte del Santuario di Tersatto che arricchisce di molto il paesaggio linguistico della città è un muro su cui sono apposte targhe votive contenenti messaggi privati di devozione, in particolare espressioni di gratitudine verso la Vergine Maria.



I gradini della lunga scalinata che porta dalla costa su fino al santuario di Tersatto sono noti come *Stube Petra Kružića* 'I gradini di Petar Kružić', che hanno preso il nome da un soldato membro della nobiltà croata sepolto a Tersatto. Dal 1941 al 1945 la scalinata portava il nome di 'Gradinata della Madonna.'



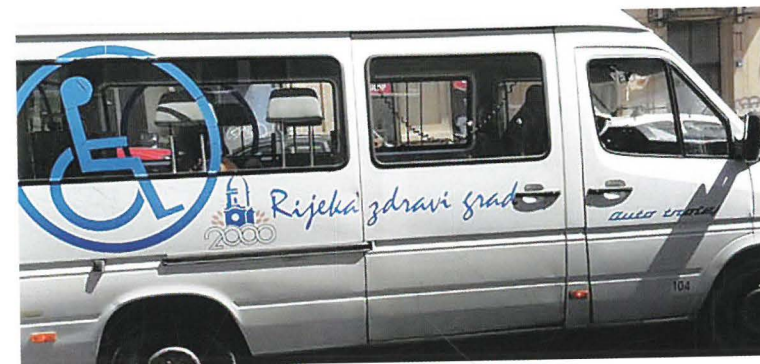
Un percorso meno arduo per raggiungere Tersatto è indicato in questi cartelli stradali:



Una delle vie di Fiume è dedicata ad Antun Mihanović, il poeta che ha scritto il testo dell'inno nazionale croato mentre abitava a Fiume. Nell'immagine qui sotto si vede un murale dipinto sulla fiancata di un edificio. Il testo dell'inno nazionale che si vede su un lato è a malapena leggibile.



Un'altra via della città ha preso il nome da Vukovar, città nella parte orientale della Croazia che era stata assediata all'inizio della guerra di indipendenza croata nel novembre del 1991.



Un mini-bus del comune diffonde benevolenza con il messaggio *Rijeka zdravi grad* scritto sulla fiancata. L'espressione 'Fiume città sana' è uno dei molti sintagmi che ritroviamo in giro per la città per enfatizzarne le caratteristiche positive. Un altro è *Rijeka – prijatelj djece*, 'Fiume – una città a misura di bambino'.

Pensieri positivi e giovanili vengono trasmessi anche dalla Fiume universitaria. Lo spirito goliardico dell'università aleggia su tutta la città, soprattutto al Campus di Tersatto. Su un cartello stradale posto all'incrocio che porta a Tersatto si vede, anche se è molto piccolo, il segno del tocco (cappello dei laureati), accanto ad altri simboli di edifici e monumenti cittadini.



Alcune delle insegne del campus sono conformi alle norme nazionali sull'aspetto delle insegne delle istituzioni ufficiali. L'immagine qui di fianco mostra lo stemma della Croazia in alto, seguito da *Republika Hrvatska*, 'Repubblica della Croazia'. Sotto si legge il nome dell'istituto, *Akademija primijenjenih umjetnosti, Sveučilišta u Rijeci, Rijeka* 'Accademia di Arti Applicate, Università degli Studi di Fiume, Fiume'.



Altre insegne hanno un aspetto più libero e creativo. L'immagine sotto a sinistra mostra la facciata della 'Facoltà di Lettere e Filosofia', *Filozofski fakultet*, mentre quella a destra mostra la 'Facoltà di Ingegneria Civile', *Građevinski fakultet*.



Un aspetto interessante di Fiume è che la gente si orienta tramite edifici e istituzioni piuttosto che tramite i nomi delle vie. Per esempio, il nome di questa stazione degli autobus è *Teta Roža* 'Zia Rosie' e prende il nome da un bar nelle vicinanze.



Vogliamo concludere con un elemento che coniuga il vecchio con il nuovo, qualcosa per cui Fiume è nota: il piedistallo in pietra dal design retrò con l'espressione latina *Vox Populi*. Chiunque si senta di rivolgersi al pubblico e di parlare liberamente può farlo da questo basamento in stile *Speakers' Corner*.



Questa non è che una cernita delle insegne caratteristiche dell'identità di Fiume. Sono, forse, fra le più visibili e quelle per cui la città è nota. Tutti gli spazi urbani e rurali hanno insegne caratteristiche che sono parte importante del paesaggio linguistico di un luogo.

Vari tipi di insegne in luoghi pubblici

Il più alto grado di diversificazione nel paesaggio linguistico fiumano si riscontra negli enti privati, in particolare sugli edifici commerciali e residenziali. In questo contesto includiamo anche i cimiteri della città, che possono essere visti come una preziosa raccolta di iscrizioni private visibili in un luogo pubblico. Queste iscrizioni indicizzano non solo storie personali complesse, ma anche il patrimonio storico e culturale della città. Iniziamo analizzando le insegne che contengono i nomi dei negozi.

In queste insegne a volte vengono usate più lingue (compresi i nomi di marchi registrati) e i nomi di alcuni dei punti vendita si possono leggere in più modi. Il primo 'livello' di significato contenuto nel nome del bar che vediamo nell'immagine qui sotto, *Karolina*, si riferisce a un nome femminile, l'equivalente di 'Caroline' in inglese o 'Carolina' in italiano. Il secondo 'livello' di significato è accessibile solo a chi conosce la storia di Fiume. Qui il bar indicizza la figura storica di *Karolina Belinić* (Carolina Bellinich) o *Karolina Riječka* (che significa 'Carolina da Fiume'), che ha svolto un ruolo piccolo ma significativo nella difesa della città. Al tempo, Fiume era sotto il dominio francese, e nel 1813 è stata attaccata dalle navi militari britanniche che a colpi di cannone hanno soggiogato il centro e il porto della città.



Alcune insegne usano il nome della città come aggettivo. Nell'insegna qui sotto la scritta *Kuća riječkog kruha* si traduce approssimativamente con 'La casa del pane fiumano'.



In certi casi sono necessarie ben più che doti linguistiche per capire cosa significhino i nomi di alcune imprese. Per esempio, cosa significa il nome *Empeduja* del bar sulla spiaggia nella foto qui sotto? Questa parola non si trova in nessun dizionario e dobbiamo andare oltre le definizioni per coglierne il senso. Il suo significato è collegato all'abbreviazione MP2, che qui non è pronunciata come sarebbe pronunciata in croato, ovvero em-pey-dva, ma em-pey-duya, con le iniziali MP che si riferiscono alle prime lettere di *Morski prasac* seguite dal numero 2. (Il nome scientifico del *Morski prasac* è *Oxynotus centrina*, comunemente noto come 'pesce porco', ed è una specie di squalo diffusa nel Mar Adriatico e nel Mediterraneo in generale.) Questo bar si trova sulla spiaggia di Cantrida a Fiume ed è il secondo in una catena di servizi di ristorazione che hanno questo marchio distintivo, *Morski prasac*. Questo spiega l'acronimo MP2 in riferimento al bar.



I nomi di alcuni esercizi commerciali contengono un riferimento diretto al settore in cui operano. I negozi di fiori spesso hanno il nome di un fiore. Il negozio di fiori qui a lato si chiama *Čičak* 'Cardo', anche se è probabile che gli acquirenti siano più interessati ad altri tipi di piante e fiori.



Il negozio di fiori adiacente al cimitero della città di Tersatto si chiama *Ne zaboravi me*, 'Non ti scordar di me'. Il nome del negozio trasmette due messaggi. Il primo è che chi si reca al cimitero non deve dimenticare l'usanza locale di portare fiori sulla tomba di un membro della famiglia defunto. Il secondo è che *Ne zaboravi me* è anche il nome croato di un fiore che ha un equivalente italiano, il 'non ti scordar di me', appunto.



Come in molte altre città, a Fiume alcune imprese hanno nomi e descrizioni dei loro prodotti o servizi in inglese. L'immagine qui di fianco mostra un'impresa che sembra spiccare notevolmente rispetto all'ambiente circostante. Situato in *Frankopanski trg* 'Piazza Frankopan' e adiacente al Monastero e al Castello di Tersatto, questo esercizio commerciale attrae quei clienti interessati a prodotti naturali ed ecosostenibili.



Al contrario, l'insegna su questo ristorante è scritta solo in italiano e funge da invito a godersi la cucina italiana.



Il fatto che quasi tutto possa essere *TO GO*, (ovvero che cibo e bevande possano essere ordinate da asporto) è avvallato dal nome di questo fast food, *GRILL & BURGER TO GO*:



Annunci privati in luoghi pubblici possono anche riferirsi ad animali domestici. La scritta di fianco alla testa del cagnolino dice *Moj dom. Moja pravila*. 'Mia la casa, mie le regole.'



Alcune insegne ci strappano un sorriso grazie alle loro caratteristiche visive o grafiche, come ad esempio questo bar che si chiama *THE BEERTIJA KLUB*. Contiene l'articolo determinativo inglese *the* e la doppia *e* nell'ortografia del sostantivo principale *BEERTIJA*. La doppia *e* in inglese, pronunciata come 'ee' lunga, in croato viene pronunciata come 'i'. Il nome del bar, pertanto, è una variazione ispirata dall'inglese dell'ortografia della parola croata che indica un bar o un pub, ovvero *BIRTIJA*.



Anche se *KLUB* è l'ortografia croata del termine 'club', la parola è abbastanza simile all'inglese da essere compresa anche da chi parla inglese e non croato. A rendere la situazione un po' più complicata – o ridicola, a seconda – è il nome della struttura al suo fianco, *DAS HOSTEL*, che contiene l'articolo determinativo tedesco neutro *das* che precede il sostantivo *hostel*, termine ormai ampiamente usato a livello internazionale.

L'insegna qui a fianco indicizza diversi significati. Un ostello con l'immagine di un letto e il termine *Kosy* ci fa immaginare un ambiente comodo e accogliente. L'altro significato che indicizza è che il termine *kosy* in croato si pronuncia come *kosi*, che significa 'pendente'. L'ostello è situato vicino a un'altra delle attrazioni della città: il Duomo dell'Assunta Santa Maria, il Duomo di Fiume, *Kosi toranj* in croato, che tradotto letteralmente significa *Torre Pendente* per via dell'inclinazione del suo campanile. Pisa non è l'unica città ad avere una torre pendente, ce n'è una anche a Fiume!



In tema di umorismo e giochi di parole divertenti, quanto segue è una caratteristica del paesaggio linguistico fiumano che tutti gli abitanti del posto notano e commentano. Le insegne e i cartelli di alcuni esercizi commerciali sono diventati famosi per i loro riferimenti a fatti di attualità o come simpatiche digressioni fini a sé stesse. Il caffè che si vede nell'immagine qui sopra è il *Caffè La Guardia*. Il locale prende il nome da *Fiorello La Guardia*, che è stato a lungo il sindaco di New York negli anni '30 e '40 del Novecento e agente consolare degli Stati Uniti a Fiume dal 1903 al 1906. Il messaggio che attira l'attenzione degli abitanti del posto è *Od sutra sve besplatno* 'Da domani tutto gratis'.



Alcune insegne cambiano quasi giornalmente e spesso fanno riferimento a eventi recenti. In quella qui a fianco si legge: *Ispunjavamo imovinske kartice* 'Compiliamo dichiarazioni patrimoniali'. Questo messaggio indicizza notizie riportate dai media secondo cui i ministri non erano in grado di compilare moduli in cui devono dichiarare i loro beni patrimoniali o fornire gli importi corretti dei beni di loro proprietà. Pertanto, questo caffè offre 'assistenza' a quei politici (e non solo) che 'non sono in grado' di compilare dichiarazioni patrimoniali. Il gioco di parole è chiaro a chi parla croato ed è abituato a vedere insegne di esercizi commerciali che esordiscono con *Ispunjavamo...*, che letteralmente significa 'Soddisfiamo...' di solito seguito da un oggetto relativo a una transazione di affari, come per esempio *Ispunjavamo vaše administrativne potrebe* 'Soddisfiamo le vostre esigenze burocratiche' o *Ispunjavamo vaše kulinarske želje* 'Soddisfiamo i vostri desideri culinari'. *Ispunjavamo* significa anche compiliamo: ad es. 'compiliamo le vostre dichiarazioni patrimoniali.'



Un altro gioco di parole lo troviamo nel nome *Pametna ploča* che consiste in due parole che insieme sono un calco del termine inglese *smartboard* (o *smart board*, lavagna interattiva in italiano). *Ploča* è un iperonimo che si riferisce anche alla lavagna a gessi, ossia uno strumento con cui la maggior parte delle persone di una certa età (e anche alcuni più giovani) hanno imparato a scrivere. Le parole *Pametna ploča* scritte con il gesso su una lavagnetta di quelle che si trovano a scuola fuori da un esercizio commerciale ci ricordano scherzosamente che messaggi semplici e scritti a mano possono risultare molto arguti.



Alcune insegne contengono messaggi che invitano a iscriversi a un corso di lingua. Il poster qui sotto è della Scuola di Lingue Straniere *Dante*. Il nome *Dante*, ovviamente, richiama alla mente lo scrittore e filosofo italiano, Dante Alighieri. In croato, il termine *dante* si pronuncia in maniera molto simile alle parole *da te...*? che significa 'Posso... farti qualcosa', per esempio *Dante [=da te] nešto pitam?* 'Posso chiederti una cosa?'. Qui, *Absolutely*, 'assolutamente sì' è associato con *Dante* per ottenere un effetto comico.



I graffiti occupano un posto speciale negli spazi urbani contemporanei. Possono apparire all'improvviso, possono sembrare il prodotto dell'impeto o dell'impulso creativo di qualcuno, oppure il risultato di lunghe riflessioni ed essere estremamente organizzati. Alcuni graffiti sembrano atti di vandalismo nei confronti di luoghi pubblici, mentre altri sembrano migliorare notevolmente l'aspetto di una zona. Per dirla in maniera semplice, ci sono graffiti e graffiti.

Anche i testi in essi contenuti sono diversi, e variano dalle iniziali di una persona o da lettere e parole scribacchiate a testi concisi. Si trovano sia in croato sia in altre lingue, principalmente in inglese. I graffiti offrono immagini visive diverse e variegate, e Fiume non fa eccezione.

Iniziamo da quegli esempi che abbelliscono l'ambiente. Magari qualcuno non li considera graffiti in quanto sono il risultato di progetti artistici commissionati dalle autorità urbane locali. Ciò è evidente per via dei temi, dei contenuti, e del modo in cui vengono usati per decorare le mura nella città. Questi graffiti possono pertanto essere considerati anche esempi di *street wall art*. Questo è certamente il caso dell'immagine che mostra Giovanni de Zaytz (1832-1914) e quello che lo circonda. Giovanni de Zaytz era un famoso compositore e un membro della nobiltà croata, ed era nato a Fiume. Di fianco alla sua figura ci sono testi esplicativi sulla sua vita sia in croato che in inglese.



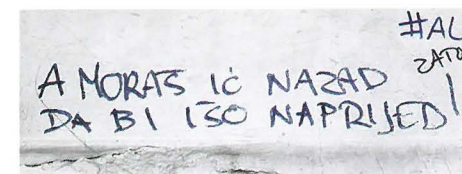
Anche la decorazione artistica sul muro nell'immagine qui sotto è stata commissionata. L'immagine è stata dipinta dal famoso pittore locale Vojo Radojičić. L'associazione all'infanzia è resa esplicita sia attraverso le immagini sia attraverso il testo *Učenički dom Podmurovice* 'Casa dello Studente Gelsi'. Gelsi è un quartiere di Fiume.



Alcuni graffitari vogliono semplicemente lasciare traccia del loro passaggio in un luogo particolare. Vediamo un esempio nell'immagine qui a fianco dove qualcuno ha scarabocchiato *Samo Rijeka* 'Solo Fiume' come se per loro fosse l'unico posto al mondo.



Il graffito qui di seguito riporta un messaggio più carico di significato che allude alle complessità della vita (scritto in uno stile colloquiale tipico di molti graffiti):



A MORAS IĆ NAZAD DA BI IŠO NAPRIJED!

'PER POTER ANDARE AVANTI BISOGNA SAPER FARE UN PASSO INDIETRO!'

E un commento sulle nostre vite frenetiche. Il testo NIMA / ILI NEMA VREMENA significa 'Non c'è tempo'. Il messaggio originale qui a lato era IMA VREME-NA, 'C'È TEMPO'. Qualcuno ha aggiunto la lettera N davanti a IMA, che diventa così NIMA, che significa 'NON C'È' (nel dialetto ciacavo parlato nella zona intorno a Fiume). L'aggiunta del grafema <N> cambia il significato del testo nel suo opposto, ovvero 'NON C'È TEMPO'.



Tuttavia, la maggiorparte dei graffiti è a malapena leggibile. Ma forse questo è un messaggio in sè. La prima immagine che vediamo qui sotto contiene il testo: LjUBAV SE ZOVE IMENOM TVOJIM. L+G 'LA PAROLA AMORE SI CHIAMA COL TUO NOME L+G' con una firma illeggibile.



Come per altri tipi di insegna, anche fra i graffiti troviamo esempi in cui il messaggio è scritto esclusivamente in inglese:



Come già menzionato in precedenza, i cimiteri occupano un posto importante nel paesaggio linguistico di ogni città. Ciascuno di essi ha una propria peculiarità che attira i visitatori, nonostante quel senso di perdita e di lutto che lo caratterizza. In Croazia ci sono due cimiteri dall'architettura spettacolare molto noti sia agli abitanti del posto sia oltre confine. Il primo è il cimitero della città di Varaždin, collocata all'estremo nord del paese. Il cimitero è famoso per la sua architettura paesaggistica e i suoi ricchi arrangiamenti botanici con migliaia di alberi, piante e fiori. Il secondo è il cimitero principale di Zagabria, *Mirogoj*. Il nome del cimitero non è casuale, dato che il termine *mirogoj* è composto da due parole: *mir* che significa 'pace' e *goj* che è un suffisso che significa 'coltivare.' Il nome del cimitero, pertanto, allude all'idea di 'coltivare la pace'. Mirogoj è famoso per i suoi lunghi portici con arcate e porticati, e per il modo in cui i luoghi di sepoltura sono circondati da giardini ben curati. Nelle arcate troviamo le tombe di cittadini degni di nota, specialmente scrittori acclamati e famosi. Pertanto, passeggiare al cimitero e leggere le lapidi è un po' come leggere un libro di storia, non solo della storia della città, ma della storia della Croazia in generale.

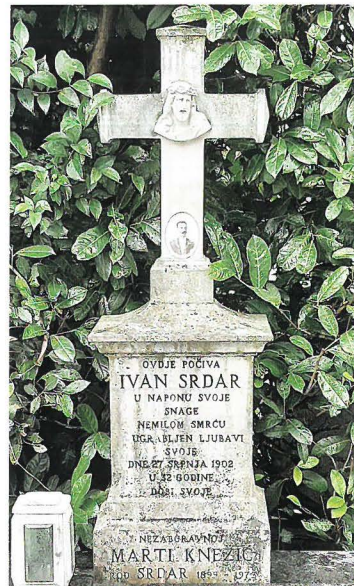
I cimiteri più antichi a Fiume sono due, uno a Tersatto e l'altro a Cosala. In entrambi troviamo dei racconti sulla storia di Fiume, mentre il cimitero nuovo, quello a Drenova, propone racconti più contemporanei. L'insegna che vediamo qui sotto dà il benvenuto ai visitatori all'ingresso del cimitero di Tersatto:



Come si può prevedere, la maggior parte delle lapidi commemorano persone che rappresentano uno spaccato della compagine dei defunti della città. Nonostante ciò, alcune delle iscrizioni sono memorabili, come quella qui di seguito:

OVDJE POČIVA / IVAN SRDAR / U NAPO-
NU SVOJE / SNAGE / NEMILOM SMRČU
/ UGRABLJEN LJUBAVI / SVOJE / DNE
27 SRPNJA 1902 / U 32 GODINE / DOBI
SVOJE

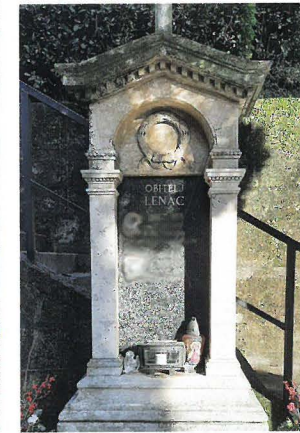
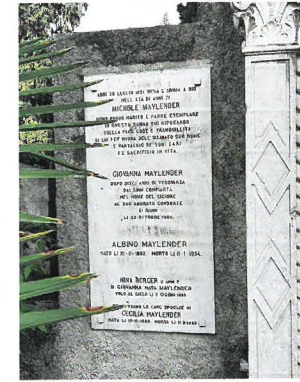
QUI GIACE IVAN SRDAR, CHE È STA-
TO STRAPPATO ALL'AFFETTO DEI
SUOI CARI ALL' ETÀ DI 32 ANNI, NEI
MIGLIORI ANNI DELLA SUA VITA, A
CAUSA DI UN EVENTO TERRIBILE. IL
NOSTRO AMORE PER LUI È SEMPRE
VIVO. 27 LUGLIO 1902.



In passato si usava scrivere la professione del defunto sulla lapide insieme ad altre informazioni sul suo status nella società. Le lapidi che vediamo qui sotto sono di Rudolf Reschner, un *šumarski savjetnik* 'consulente forestale', Krunoslav Mažuranić-Janković che era un *sudac* poi un *odvjetnik* 'giudice' poi 'avvocato', mentre i suoi fratelli Petar e Marijan erano rispettivamente *župnik* e *odvjetnik* 'parroco' e 'avvocato'. La terza lapide è di Otello Cheracci che era, come si può vedere, un capitano marittimo.



Il cimitero della città di Cosala è come un archivio di varie lingue e tipi di scrittura. Una cosa che salta all'occhio delle lapidi di persone il cui cognome finisce con il caratteristico suffisso slavo *-ić* è la variazione nell'ortografia dello stesso, scritto *-ich*.





Nel cimitero di Cosala c'è la tomba di una delle famose figlie di Fiume. Si tratta di una monaca nota in italiano come Maria Crocifissa Cosulich mentre il suo suo nome croato era Marija Krucifiksa Kozulić. È stata la fondatrice dell'ordine cattolico delle Figlie del Sacro Cuore di Gesù, l'unico ordine religioso che fa capo all'arcidiocesi di Fiume. Il suo processo di beatificazione è iniziato nel 2008.



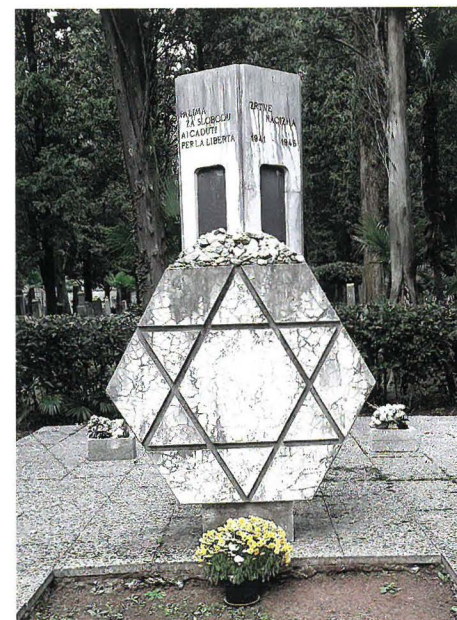
Nella sezione ebraica del cimitero, i primi nomi e cognomi dei defunti in genere sono in italiano, e a volte le lapidi riportano qualche informazione biografica. I testi più lunghi sotto i nomi dei defunti sono in ebraico, per esempio,

SABINA WEISBERGER NATA BODNER

E ancora:

GIUSEPPE DOTT. FRANK RABBINO CAPO 1867 – 1937

Questa immagine mostra il monumento dedicato alle vittime ebraiche del nazismo.



Al cimitero di Cosala ci sono numerose lapidi che commemorano coloro che hanno combattuto nelle file partigiane durante la Seconda Guerra Mondiale in quella che in croato è nota come *Narodnooslobodilačka borba*, 'Lotta Popolare di Liberazione. Le foto qui sotto sono state scattate al *Partizansko groblje* o *Cimitero partigiano*. Le incisioni sulle lapidi tendono a seguire un modello comune e uniforme. L'ultima immagine mostra le lapidi di Mario Gennari e Giuseppe Duella, entrambi citati nel capitolo sulle insegne contemporanee.



Alcune iscrizioni tombali offrono parecchie informazioni sociolinguistiche. Per esempio, ci sono tombe di famiglie di emigranti croati. Su alcune di esse è possibile tracciare la storia di famiglie, dettagli sulla loro emigrazione, su come si sono ambientati nel nuovo paese, e le caratteristiche linguistiche di queste iscrizioni spesso ne sono testimonianza. Per quanto non siamo stati in grado di trovare esempi di lapidi di questo tipo nei cimiteri di Fiume, abbiamo invece riscontrato esempi di tombe di famiglia che le famiglie stesse avevano smesso di usare. Questo è il caso di quelle famiglie italiane che se ne sono andate nel 1945 e negli anni seguenti, e della sezione ebraica del cimitero di Cosala.

Il nuovo cimitero di Drenova ha una caratteristica particolare. Nel cimitero ci sono una dedica e una targa commemorativa di medici e studenti di medicina che esprimono la loro gratitudine a coloro che hanno donato i propri organi: *Spomen obilježje onima koji su poklonili svoje tijelo za izučavanje i napredak medicinske znanosti. Neka im sije ovo vječno svjetlo. S pijetetom i zahvalnošću. Studenti i djelatnici Medicinskog fakulteta, Sveučilišta u Rijeci*. 'In memoria di coloro che hanno donato i loro organi alla scienza per favorire il progresso della medicina. Possa la fiamma eterna brillare sempre su di loro. Con devozione e gratitudine - Gli studenti e il personale della Facoltà di Medicina dell'Università degli Studi di Fiume.'



Come si può notare, le lapidi del nuovo cimitero di Drenova ci offrono un'immagine più contemporanea della vita in Croazia, e qui troviamo tombe dei caduti nella recente guerra di indipendenza croata, che in croato si chiama *Domovinski rat*, letteralmente 'guerra patriottica'.

La prima immagine qui sotto mostra un'insegna con le parole *Aleja hrvatskih branitelja* 'Viale dei Reduci di Guerra Croati'. La seconda contiene la seguente frase:

Blago mirotvorcima, njihovo je kraljevstvo nebesko kao riječki dragovoljci HV poginuli u Bilaju 14. XII. 1991. Laka im bila hrvatska gruda. U znak sjećanja, 118. Brigada HV Gospić. 'Il regno dei cieli appartiene a coloro che vengono riconosciuti come pacieri. In memoria di quei cittadini di Fiume che hanno combattuto come volontari nell'esercito croato e che sono caduti in battaglia a Bilaj il 14 dicembre 1991. Possano riposare in pace, sepolti nella loro amata Croazia. I soldati della centodicesima brigata dell'esercito croato, con sede a Gospić'.



Nel nuovo cimitero di Drenova ci sono anche insegne in arabo e in turco.

I cimiteri della città sono testimonianza della molteplicità di lingue che fanno parte del patrimonio storico e culturale di Fiume. In questo modo la sfera privata e perfino intima delle epigrafi è parte del paesaggio linguistico della città. Non sono esempi di insegne *'top-down'*, ma si possono riscontrare caratteristiche comuni relative ai codici linguistici usati, al contenuto testuale, e alla presentazione dei testi.

Publicità ovunque

La pubblicità è un elemento dei paesaggi linguistici contemporanei in tutto il mondo. Quando si parla delle insegne che ci circondano di solito viene menzionata la pubblicità perché è onnipresente. È onnipotente, lampante, e spesso ha grandi dimensioni e colori accesi. Molte persone trovano fastidioso l'uso eccessivo dell'inglese, altre non apprezzano il fatto che la pubblicità potrebbe distrarre dalla guida, e altri ancora fanno notare come l'uso della lingua contravvenga senza alcun motivo alle nostre norme linguistiche. E alcuni non apprezzano campagne pubblicitarie che mostrano lo stesso tipo di pubblicità o varianti della stessa ovunque ti trovi. Una cosa è certa: non si può fare a meno di notarla.

La pubblicità è un modello comunicativo basato sul marketing e indirizzato a un'ampia gamma di consumatori, contrariamente al modello di comunicazione usato fra soci di affari. Quando si interagisce con un partner di affari o con colleghi quello che succede di solito è che le informazioni trasmesse sono rilevanti al fine di mantenere rapporti di lunga durata (dove il genere di discorso utilizzato è il linguaggio amministrativo). Ma nel caso della pubblicità, la presenza di informazioni rilevanti non è (sempre) così ovvia (Đurin 1999). Informazioni chiave potrebbero non essere presenti in una pubblicità e il contesto potrebbe così diventare alquanto aggressivo: un tipo di discorso multimediale in cui componenti linguistici, visivi e auditivi sono intercorrelati. Una pubblicità è un insieme di segni semiotici complessi che promuove il valore del prodotto. È un mezzo di comunicazione che ha lo scopo di fornire ai potenziali clienti informazioni su un particolare prodotto o servizio (Stolac – Vlastelić 2014). Allo stesso tempo si avvale di stimoli che permettono di trasmettere un messaggio specifico relativo a un prodotto o a un servizio che trasformerà i potenziali consumatori in consumatori a tutti gli effetti. Lo scopo della pubblicità è di raggiungere tutti i potenziali clienti e osservando con attenzione si possono vedere non solo caratteristiche oggettive ma anche soggettive.

Lo scopo principale di qualsiasi pubblicità è di essere notata. Ogni pubblicità dovrebbe subito attirare l'attenzione. È pertanto comprensibile che uno degli obiettivi fondamentali del messaggio in una pubblicità

sia quello di contenere del testo in forma concisa. Questo significa che si cercherà di trasmettere un contenuto massimo in una forma minima, o in altri termini, con il minor numero di parole possibili si cercherà di trasformare il destinatario del messaggio nell'acquirente di un servizio o di un prodotto. A tale scopo è necessario un input creativo non indifferente, doti linguistiche e, ovviamente, considerevole impegno e competenza in altre aree pertinenti a stimoli non linguistici. È questa combinazione di elementi linguistici, visivi e auditivi a formare la struttura portante di una pubblicità e a consentirle di raggiungere obiettivi specifici.

Si può concludere che la pubblicità può essere caratterizzata come breve, condensata, comprensibile, moderna, creativa, suggestiva, spesso stratificata e sofisticata, sia spettacolare che cerimoniale, e spesso sconvolgente e aggressiva (Udier, 2006).

Le forme più diffuse di pubblicità sono i cartelloni, i poster, i testi che si trovano sulle vetrine dei negozi, i messaggi affissi sugli edifici con lavori in corso e le insegne sui veicoli pubblici (autobus e taxi). Quando analizziamo il paesaggio linguistico, la nostra attenzione si concentra sugli elementi linguistici. Ma è importante valutare il contesto extralinguistico del messaggio pubblicitario affinché quest'ultimo possa essere compreso appieno.

Abbiamo raccolto dati per anni, ed esaminando il campione di dati abbiamo riscontrato che le pubblicità monolingui sono le più comuni, seguite da quelle bilingui, mentre quelle multilingui sono alquanto rare. Per quanto riguarda le lingue usate nelle pubblicità, abbiamo il croato, l'inglese, l'italiano e altre lingue straniere. Ci sono anche esempi di uso di dialetti e varianti colloquiali e non standard della lingua. Alcune pubblicità in croato usano anche forme ibride.

Come già indicato, alcune insegne a Fiume sono esclusivamente monolingui, e questo vale anche per le pubblicità, che sono in croato, come ci si può aspettare. Questa è una caratteristica del paesaggio linguistico di qualsiasi stato che sancisce quale lingua debba essere usata nel dominio pubblico, e la pubblicità vi si allinea, come è logico che sia. Lo scopo della pubblicità è di raggiungere i consumatori, e la lingua più compresa dai consumatori è il croato.

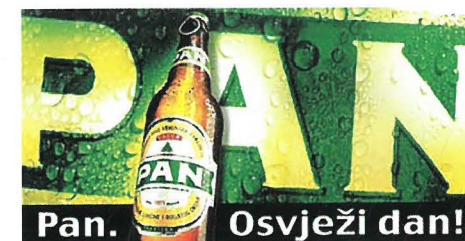
Il bilinguismo è una caratteristica comune a quelle aree dove vivono minoranze etniche. Ma sebbene le insegne ufficiali in queste aree possano essere bilingui, questo non significa che le insegne commerciali debbano

necessariamente essere bilingui, e questo vale anche per le insegne pubblicitarie.

Uno studio dettagliato sull'uso della pubblicità nei paesaggi linguistici è stato condotto da Stolac (2018) e vogliamo indirizzare l'attenzione dei lettori sul suo lavoro e sugli esempi in esso contenuti, alcuni dei quali sono citati in questo libro.

La variante linguistica usata nelle pubblicità è il croato standard, il che si allinea con le regolamentazioni. I tipi di pubblicità che si trovano sui cartelloni a Fiume sono gli stessi che si trovano in altri luoghi della Croazia.

La pubblicità che vediamo qui a lato contiene un gioco di parole, ma tutto quello che vediamo nella pubblicità è comprensibile e privo di sottintesi. Il nome della birra è *Pan*, che altro non è che la marca, senza alcun altro significato. La didascalia *Pan. Osvježi dan!* – che significa 'Pan. Rinfresca il tuo giorno!' – contiene l'allusione alla birra come una bevanda rinfrescante e al fatto che Pan ti rinfresca la giornata.



Ma ci sono altri tipi di pubblicità che indicizzano un contesto più ampio. L'immagine qui sotto è della pubblicità di un'altra marca di birra, *Ožujsko*, la birra più popolare in Croazia e lo sponsor ufficiale della nazionale di calcio. La pubblicità contiene l'immagine di quattro giocatori della nazionale croata in posa vittoriosa, con riferimento al successo della squadra ai Mondiali di calcio del 2018, in cui la nazionale croata è arrivata seconda in finale. Il nome *Ožujsko* è pertanto associato al successo. Sulla destra c'è una scritta a caratteri piccoli che dice *Zakon broj 215*, che significa 'Legge 215', mentre la scritta più grande *Nećemo odustati* si traduce con 'Noi non molliamo'. La scritta a caratteri piccoli si riferisce all'espressione colloquiale croata *Žuja je zakon*, che si può leggere come 'L'Ožujsko è legge' ma si traduce più letteralmente con 'L'Ožujsko detta legge' (*Žuja* è una forma non standard e abbreviata di *Ožujsko*). La scritta a caratteri più grandi *Nećemo odustati*



‘Noi non molliamo’ chiaramente gioca sull’immagine di forza e tenacia della squadra nazionale croata nell’ottenere un tale successo. Si tratta di un significato secondario di *Nećemo odustati*, che significa ‘Non rinunceremo a...’ e l’associazione con la birra nella pubblicità suggerisce al lettore che la nazionale di calcio croata non rinuncerà a bere la birra Ožujsko. Per estensione, l’uso della prima persona plurale ‘noi’ permette al lettore di identificarsi con i giocatori e di condividere le loro intenzioni di non rinunciare a bere la birra Ožujsko.

Questa pubblicità contiene anche uno stereotipo. Parte dal presupposto che il target pubblicitario e il principale consumatore di birra sia un uomo o un gruppo di uomini. Questi uomini saranno probabilmente di estrazione sociale medio-bassa, di giovane o di mezza età, e probabilmente parteciperanno a rituali archetipici fondati su solidarietà e intrattenimento maschile. Per questo motivo, innumerevoli pubblicità di birra propongono associazioni con il calcio, e di donne neanche l’ombra. Questo è solo quello che si vede nell’immagine della pubblicità della birra Ožujsko. Potremmo tranquillamente sostituirla con un’altra pubblicità di birra, ma non ce n’è bisogno, perché una qualsiasi altra pubblicità di birra con ogni probabilità conterrà lo stesso stereotipo. Queste immagini e i messaggi a cui siamo esposti quotidianamente hanno un effetto su di noi, e non sorprende affatto che questo influenzi il nostro modo di pensare e il fatto che potremmo noi stessi iniziare ad emulare tali comportamenti quando, per esempio, guardiamo una partita.

Questi sono chiari indicatori dell’influenza che il paesaggio linguistico può esercitare sulla formazione di stereotipi.

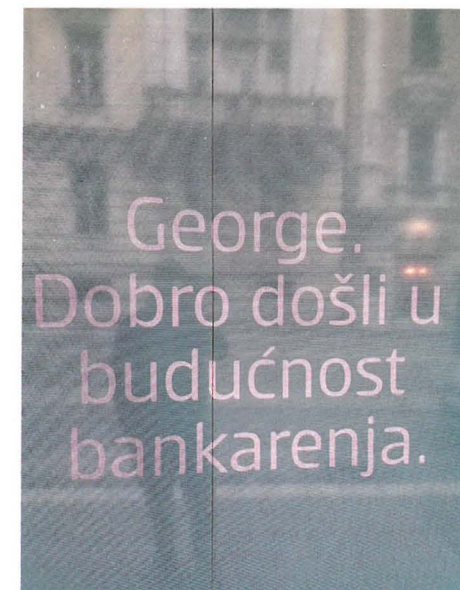
Alcune pubblicità contengono lievi digressioni dal croato standard, di solito per effetto stilistico. La frase qui sotto è lo slogan pubblicitario di una banca:

- *As kim Vi bankarite?*

Questa domanda si traduce letteralmente con ‘E tu con chi banchi?’ (in inglese: ‘*And who do you bank with?*’) - In inglese è normale, in quanto la parola *bank* – banca – può fungere sia da sostantivo che da verbo. Ma in croato, il termine equivalente *banka* esiste solo in qualità di sostantivo, come anche in italiano, del resto. La creazione del verbo *bankirati*, ‘bancare’ derivato dal sostantivo *banka* è un neologismo che non solo attira l’attenzione, ma si legge anche come una traduzione di una frase inglese equivalente. In tal modo la pubblicità indicizza l’inglese, e ‘cose che han-

no a che fare con il mondo inglese e anglofono’ il che, a sua volta, indicizza una tendenza contemporanea e una pratica moderna. Questa frase è ormai associata con questa banca specifica, che è una delle più grandi di Fiume e che ha utilizzato diversi cartelloni pubblicitari a scopo promozionale.

Un neologismo con lo stesso significato ma con un’ortografia leggermente diversa (*bankarenje* ‘bancare’) si trova nella pubblicità qui a lato che dà il ‘benvenuto a George nel bancare del futuro.’



Soffermiamoci un momento a osservare la pubblicità di questa pasta. Anche in questa pubblicità è presente una digressione dal croato standard. Contrariamente alle pubblicità precedenti, questa insegna è collegata direttamente a Fiume e non si trova al di fuori di questa città.



La scelta di un termine locale di Fiume, *pašta*, che significa ‘pasta’, è la chiave del messaggio. Chi vede questa pubblicità associa la parola *pašta* a tutta una gamma di prodotti con il marchio *PaštaRia*. (Un pacco di pasta con il marchio *PaštaRia* è visibile nella foto). La parola *PaštaRia* contiene le lettere maiuscole *RI* alla fine, che è la forma abbreviata del nome della città di Fiume in croato, Rijeka. (Tutti i veicoli registrati a Fiume sono targati *RI*, e *RI* è diventato un marchio per abbreviare il nome di Rijeka / Fiume). Tutta la pasta di *PaštaRia* è prodotta a Fiume. Il testo *Pusti pašti na volju* si traduce con ‘Lascia che la tua pasta corra libera’. Può suonare strano, ma questo testo contiene un’arguta variazione di una sola lettera della famosa frase *Pusti mašti na volju*, che significa ‘Lascia che la tua immaginazione corra libera’.

L’associazione di *pašta* con *mašta* non finisce qui. Una parola collegata a *mašta*, ovvero *maštarija*, significa *fantasia* ed è la connotazione positiva di questa parola ad aver dato origine a un altro neologismo, *paštarija*, che allude a una ‘pasta creata con fantasia.’



In molti dei cartelli più piccoli si riscontra l’uso di termini locali, spesso di origine italiana, come *butiga* dall’italiano ‘bottega’, *delicija* dall’italiano ‘delizia’, *pinca* dal veneto pinza, un tipo di pane dolce che si mangia a Pasqua, e *pašta* dall’italiano ‘pasta’ come già indicato. Alcuni di questi termini sono riportati in questo cartello sulla porta di un negozio locale:

Una delle nostre ipotesi, ovvero che le forme dialettali siano più frequenti nelle pubblicità di prodotti locali, è stata confermata. *Mići sir* (che in croato standard sarebbe *Maleni sir*) pubblicizza un formaggio locale venduto in piccole confezioni separate, ideali per insalate o come *međuobrok*, ovvero come ‘spuntino’.



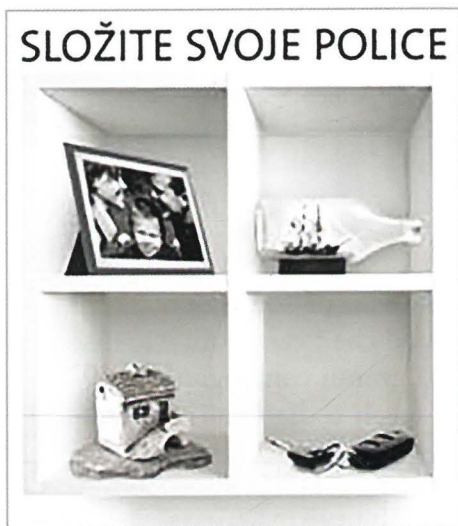
Tuttavia, di solito non è così comune che i cartelloni e le insegne più grandi contengano espressioni locali o dialettali, e quello qui di seguito che contiene due parole in dialetto ciacavo è un’eccezione. La pubblicità contiene una frase interrogativa che funge da affermazione: *Ča će ti takuin kad imaš mobitel*, che significa ‘A che serve il portafoglio quando hai un cellulare.’ Le parole *ča*, *će* e *takuin* ‘portafoglio’ sono in dialetto ciacavo e indicizzano l’area locale. È probabile che termine ciacavo *takuin* derivi dal friulano *tacuin*, che in italiano si traduce con ‘portafoglio.’



Lo stesso discorso vale per il messaggio sul veicolo di un provider di telefonia mobile. C'è scritto *Ma neće meni posal uteć!* che significa 'Non mi faccio scappare nessun lavoro' alludendo che il provider è così affidabile che chiunque ne usi i servizi per lavoro non avrà problemi con la copertura. Le parole *posal* (lavoro) e la forma del verbo all'infinito *uteći* (scappare) troncata in *uteć* sono caratteristiche del vernacolo croato.



Ritorniamo alle pubblicità monolingui. Il seguente cartellone è stato per molto tempo nei pressi di una delle uscite autostradali verso la città. Sopra un'immagine che mostra un mobile con quattro scaffali si legge il messaggio *Složite svoje police* che significa 'Riordina i tuoi scaffali'.



Il termine croato *police* ha due significati, 'scaffali' e 'polizze assicurative', e la pubblicità che vediamo qui sopra trasmette un messaggio ambiguo. Il primo significato è ovvio: chi legge si aspetta che si tratti di sistemare le cose in maniera ordinata e graziosa. Ma ovviamente la committente di questo cartellone pubblicitario è una compagnia di assicurazioni, e pertanto è questo il significato del termine *police* che viene alla mente e ci induce a sottoscrivere una polizza sulla vita, sulla casa, sull'auto, o su altri beni. Di solito è abbastanza facile capire le allusioni presenti nella maggior parte delle pubblicità, nonostante la quasi totale assenza di testo e con i pochi indizi forniti dalle immagini visive che lo accompagnano.

In altre insegne monolingui, la lingua usata è l'inglese. Non sorprende quindi l'uso di un 'inglese globale' nelle campagne pubblicitarie come lingua importante attraverso la quale i messaggi pubblicitari vengono trasmessi. In tal modo, l'inglese funge da *lingua franca*, ovvero da sistema di codici che consente la comunicazione fra diverse lingue.

Osservando le pubblicità in inglese che si trovano in Croazia non è così ovvio che queste si collochino nel paesaggio linguistico croato, in quanto potrebbero benissimo trovarsi in qualsiasi altro luogo. È ormai una tendenza globale quella di creare campagne pubblicitarie omogenee in una sola lingua, e pubblicità identiche si trovano ovunque. Facendo parte di molteplici e diversi paesaggi linguistici ci chiediamo se queste pubblicità siano da considerarsi parte di ogni singolo paesaggio linguistico, o se facciano parte di un paesaggio linguistico globale. Ne sono prova gli slogan qui di seguito riportati che potrebbero essere su cartelloni pubblicitari ai lati delle strade in qualsiasi parte del mondo:

- *Just do it!*
- *McDonald's I'm, loving it!*

Ci sono casi in cui l'inglese sembra una buona scelta linguistica, come ad esempio quando le pubblicità hanno come destinatari i turisti. Le due immagini qui sotto contengono messaggi utili ai turisti: la prima fa leva sui bisogni della comunicazione elettronica dei turisti, la seconda offre consiglio sui supermercati.



Entrambe le immagini invitano i turisti stranieri a comportarsi 'come un locale', ad essere, letteralmente, *like a local*, come uno del posto. Allo stesso tempo nel cuore del quartiere centrale di Fiume abbiamo visto il seguente cavalletto pubblicitario che è congruente con quelli sopra discussi, e riporta il seguente messaggio: *Don't be a stranger*, che letteralmente significa sia 'non essere un estraneo' (nel senso di 'manteniamo i contatti') ma anche 'non essere straniero'.



E in aggiunta allo slogan *Don't be a stranger*, il cartellone pubblicitario promette un esercizio ricettivo che offre *beer-to-go*, una birra 'to go'. Osservando attentamente il modo in cui il testo è formulato in alcune pubblicità, si può notare che il predicato *to go*, con o senza il trattino, può essere usato in relazione ad altri cibi o bevande, come ad esempio insalate. Quello qui di seguito è un messaggio ibrido che contiene la parola croata *salate*, 'insalate', insieme a *to go*. Questo è l'unico altro esempio di questo tipo in cui un sostantivo croato è usato insieme al predicato *to go*.



È raro che le insegne monolingui siano in lingue diverse dal croato. L'insegna qui a fianco è uno dei rari esempi in cui i turisti che parlano italiano ricevono un'esortazione in italiano: *Pensa da locale e Bevi locale*. È un invito a consumare *Karlovačko pivo*, una birra prodotta nella vicina città di Karlovizza (Karlovac).



I cartelloni pubblicitari di solito riportano un'immagine accompagnata da un breve testo, in genere uno slogan.

Questo format è usato per la pubblicità di una birra belga, dove si legge il seguente slogan in francese:

- *Joie de Bière* 'Gioia di birra'

E il testo qui di seguito per un profumo:

- *Chanel. Le corps actif.* 'Chanel. Il corpo attivo'

O per auto tedesche con testo in tedesco:

- *Opel. Wir leben Autos*, 'Opel. Noi viviamo automobili'
- *Volkswagen – Das Auto.* 'Volkswagen – L'automobile'

Quest'ultima pubblicità ne ha originata un'altra, questa volta non di un'automobile tedesca ma di un prodotto locale, ovvero un canale radio locale in diretta *streaming*:

Das radio Laganini. 'La radio Laganini'

Qui il sostantivo *radio* è scritto con la lettera minuscola, in base alle convenzioni del croato, non del tedesco. Così facendo, quello che sembra un testo monolingua in realtà si rivela un testo ibrido. Inoltre, il nome della radio, *Laganini*, è anche un gioco di parole che contiene una intrigante forma ibrida che consiste nell'aggettivo croato *lagan*, facile, e il suffisso italiano per il diminutivo *-ini*.

A parte queste insegne monolingui non in croato abbiamo riscontrato anche insegne sulle vetrine dei negozi che, tramite l'uso di un termine italiano, informano i consumatori che i *saldi* sono in corso.



Siamo giunti alla conclusione che le insegne monolingui sono le più diffuse nel paesaggio linguistico fiumano.

Nel corpus dei dati raccolti ci sono due gruppi di pubblicità bilingui: quelle con lo stesso testo in entrambe le lingue, dove uno è l'esatta traduzione dell'altro, e quelle in cui il testo è stato tradotto più liberamente o adattato.

La disposizione delle lingue, ovvero quale lingua viene prima e quale dopo, di solito indica qual è la lingua di origine. Ma è possibile che questo non sia un indicatore affidabile, e che l'indicatore più affidabile sia la lingua del paese di origine del prodotto.

Nella maggior parte delle pubblicità bilingui inglese e croato spesso troviamo una traduzione letterale da una lingua all'altra, come si vede negli slogan qui sotto:

- *Always Coca Cola – Uvijek Coca Cola* (lett. 'Sempre Coca Cola')
- *Water I trust. Voda kojoj vjerujem* (lett. 'L'acqua di cui mi fido').



Nel primo slogan, la prima parte in inglese è il testo di origine o lo slogan originale e la seconda parte la traduzione. I due slogan possono comparire insieme sulla stessa pubblicità, ma anche separatamente. Nel secondo slogan, il prodotto pubblicizzato è un prodotto croato, ma lo slogan originale in croato viene dopo. Collocando la traduzione inglese prima del testo in croato, la pubblicità trasmette l'importanza dell'inglese come vettore di prestigio. Per questo motivo, non è possibile concepire le due lingue in questo tipo di pubblicità come equivalenti dal punto di vista del prestigio.

È interessante osservare due pubblicità diverse della stessa azienda, come nel caso della più grande catena di supermercati in Croazia, *Konzum*.

Una delle pubblicità contiene il seguente testo con una parola croata, *lubenica*, mentre il resto è in inglese:

- *LUBENICA Croatian word for watermelon* ('LUBENICA termine croato che indica l'anguria')

Viene data la definizione del vocabolario per tradurre questo frutto estivo molto popolare. La stessa struttura è replicata anche nella pubblicità qui di seguito:

- *KONZUM Croatian word for supermarket* ('KONZUM termine croato che indica il supermercato')



Non esiste una traduzione diretta, nemmeno parziale, in quanto *Konzum* non è l'equivalente del termine *supermercato* come invece nel caso di *lubenica* e *anguria*. In tal modo, la pubblicità non offre informazioni. Al contrario, crea la falsa idea che il termine croato per indicare il supermercato sia *Konzum*. Tuttavia, ottiene il suo scopo principale, ossia indirizza i turisti stranieri verso i supermercati *Konzum*.

Camminando per la città ci imbattiamo in altri cavalletti e totem pubblicitari con insegne in due lingue. Alcune contengono errori di ortografia mentre altre delle incoerenze nella combinazione o nella disposizione delle due lingue. Le prime tre righe dell'insegna in basso a sinistra sono solo in inglese. La quarta e la quinta riga mescolano i termini croati *pića* e *pokloni* con quelli inglesi *drinks* e *gifts*.

Nella seconda immagine l'insegna affissa alla facciata del negozio è solo in croato e riporta le parole *duhani* '(varietà di) tabacco', *lule* 'pipe', *vodene lule* 'pipe ad acqua', *pušački pribor* 'articoli per fumatori', *igračke* 'giocattoli' e *parfemi* 'profumi'. Il totem pubblicitario collocato davanti all'insegna riporta le parole inglesi *tobacco shop* e *souvenirs*. Nella lavagna che vediamo nella stessa immagine i nomi di altri articoli molto specifici venduti da questo negozio sono scritti solo in croato (come *kubanske cigare* 'sigari cubani'), oppure sono indicati tramite prestiti adattati dall'inglese (*blunt-ovi* 'blunt'), calchi (*kamenčići za nargilu* 'pietre vaporose per narghilé') o da termini croati che subiscono un processo di estensione semantica (*mrvilice* 'grinder').



Passiamo alla pubblicità di una bevanda che spopola fra i giovani. Quando è uscita la pubblicità era chiaro che i consumatori target capivano il mix di inglese e croato.

- **OMG NOVA BOCA!** ('OMG UNA BOTTIGLIA NUOVA!')

Le due parole croate *nova boca* 'bottiglia nuova' sono usate insieme all'acronimo inglese *OMG* ('Oh my God' 'O Dio mio'), espressione nota ai giovani in Croazia. Subito sotto, sull'etichetta c'è scritto *Odabrali teensi*, che significa 'scelto dai teenager'. Il termine *teensi* 'teenager' è un transfer lessicale che è stato adattato fonologicamente e integrato morfologicamente nel croato.



Alcuni cittadini più anziani che non usano gli acronimi diffusi nella comunicazione su internet non capiscono l'abbreviazione *OMG* (*Oh, my God!* 'O Dio mio'). Ma un'abbreviazione per loro comprensibile la troviamo nell'immagine di seguito sull'insegna di un negozio della Fiumara, una delle strade principali di Fiume.



Mentre *OMG* è un acronimo di origine inglese, *JSL* è croato. L'abbreviazione *JSL* sta per *Jesi li* 'Ci stai a.', ed è formato da una copula coniugata alla seconda persona *jesi* e la particella interrogativa *li*. La pronuncia di queste lettere in croato, *J-S-L* è di per sé molto simile all'intera forma interrogativa *Jesi li*. L'altra parte del testo *za novu bocu* significa 'per una nuova bottiglia', e una traduzione più libera dell'insegna nel suo complesso è 'Ti va un'altra bottiglia?'. Questo acronimo è caratteristico della comunicazione delle giovani generazioni. L'ideatore di questa abbreviazione creativa mostra una competenza sociolinguistica e pragmatica invidiabile.

Oltre alla presenza dell'inglese nel paesaggio linguistico croato abbiamo rilevato pubblicità bilingui in croato e italiano, come lo slogan:

- *Che buona mortadella! Savršena na svakom jeziku.*

La frase italiana *Che buona mortadella!* è accompagnata dal testo croato *Savršena na svakom jeziku* che significa sia 'Ottima in tutte le lingue' che 'Ottima su tutte le lingue'.

Le pubblicità bilingui in altre lingue sono rare. In aree vicine al confine, a volte si trovano pubblicità con testo in croato e ungherese, o in croato e sloveno. Nel paesaggio linguistico fiumano non vi è alcuna pubblicità di questo tipo. Nei dati raccolti non abbiamo registrato alcun esempio di insegne bilingui in due lingue straniere, ovvero, insegne che non includano il croato.

Insegne multilingui sono rare nel paesaggio linguistico croato e questo vale anche per Fiume. Tuttavia, un'area caratterizzata da insegne multilingui è l'intersezione fra pubblicità e informazione pubblica, e in quest'area la segnaletica ha uno scopo funzionale. I cartelli con informazioni turistiche di regola sono in croato e in inglese e a volte anche in altre lingue. In passato le altre lingue erano tedesco, italiano e/o francese, mentre negli ultimi anni si sono aggiunte altre lingue come il ceco, lo slovacco, il polacco, il russo e l'ungherese.

L'uso di più lingue non è relegato solo alle informazioni turistiche da parte del comitato nazionale o dei comitati regionali per il turismo, ma si trova anche nelle insegne di imprese private e tour operator, sebbene a volte ci siano degli errori di ortografia o delle imprecisioni grammaticali.

Possiamo concludere che il multilinguismo è spesso una caratteristica delle insegne a scopo informativo più che pubblicitario. Questo vale sia

per il paesaggio linguistico della Croazia in generale sia per quello di Fiume.

Basandoci sul campione di dati raccolti – pubblicità in luoghi pubblici, su cartelloni, edifici, insegne e veicoli – possiamo osservare quali siano le caratteristiche di base dei paesaggi linguistici della Croazia e di Fiume. La maggior parte delle insegne sono in una sola lingua: in croato standard (e più raramente in diversi vernacoli croati), con un numero esiguo di insegne in lingue straniere. Laddove sia questo il caso, abbiamo riscontrato che l'inglese è la lingua più usata. Insegne monolingui in altre lingue sono molto rare. I testi in italiano, tedesco o francese che sono contenuti in insegne pubblicitarie di solito sono parte della marca del prodotto o parte di uno slogan specifico.

Le insegne bilingui di solito sono in croato e in un'altra lingua (ad esempio, inglese, italiano), e non abbiamo registrato alcun esempio di pubblicità in due lingue straniere (ciò ci induce a pensare che tali insegne, qualora esistano, siano estremamente rare). Le pubblicità multilingui sono poco diffuse, ma ove presenti, il croato e l'inglese sono sempre fra le lingue usate.

Paragonando le caratteristiche linguistiche delle pubblicità con altre insegne che si trovano in luoghi pubblici (Stolac, 2018) si può notare come all'interno della Croazia le insegne monolingui siano la prassi, con la possibilità di usare due lingue, laddove la seconda di solito è l'inglese. Questo ovviamente dipende dal tipo di insegna e anche dall'ufficialità o meno della stessa, e la scelta della lingua varia in base a questi parametri.

La presenza quantitativa dell'inglese nel paesaggio linguistico croato è significativa e si nota la tendenza all'incremento della proporzione del testo in inglese parallelamente all'aumento dello spazio nel quale viene usato.

Una cosa è l'accettazione del contatto linguistico, il superamento delle barriere linguistiche e la facilitazione della comunicazione con l'uso di più lingue, tutt'altra cosa è quando lo sviluppo della propria lingua viene ignorato a causa della convinzione che qualche altra lingua sia più idonea per una particolare forma di comunicazione. Nell'area del marketing, l'opinione predominante e spesso propinata è che l'inglese sia una lingua con un certo prestigio con la quale si possa più prontamente e più facilmente pubblicizzare un prodotto o un servizio, ma

ciò non ha riscontro sul campo. Le nostre osservazioni sul modo in cui modelli stranieri siano adottati in modo apparentemente acritico e quelli locali tendano ad essere esclusi non sono fondate su idee tradizionaliste o puriste. L'intento è piuttosto quello di far notare al lettore alcune tendenze delle politiche linguistiche. Se le persone che lavorano nel marketing hanno una visione del croato come una lingua rigida e inflessibile possono comunque servirsi di altre forme linguistiche, adottando uno stile vernacolare o una varietà di gergo di una particolare fascia di età, oppure una varietà di lingua parlata basata su forme dialettali, prima di usare un'altra lingua. Un buon esempio è l'uso del ciacavo, un dialetto locale, in una pubblicità di una banca *cash-free* (senza contanti) *Ča će ti ta-kuin kad imaš mobitel* 'A che serve il portafoglio quando hai un cellulare'. Una maggiore frequenza di esempi di questo tipo sarebbe un indicatore di tolleranza linguistica e di pianificazione linguistica nel paesaggio linguistico croato, ma al momento non è affatto così.

V.

Fiume capitale europea della cultura 2020

La candidatura a Capitale Europea della Cultura (CEC) per il 2020 è stato un evento di grande importanza per la città di Fiume. La città e la sua scena culturale in particolare si sono ravvivate al ritmo di EPK2020, l'equivalente croato dell'acronimo 'CEC2020'.



Per tutto il 2019 in centro si vedevano annunci e informazioni sul futuro ruolo della città come CEC2020. L'emblema caratteristico di CEC2020 era presente non solo a ogni evento culturale precedente il 2020, ma su edifici e strutture, sia fisse che mobili, su terra e su acqua: praticamente ovunque.



Ad eccezione del centro città, l'emblema di CEC2020 e di altre insegne che pubblicizzavano l'evento erano poco diffusi, tanto che in alcune aree periferiche a volte l'unico richiamo all'evento si riscontrava sulla fiancata degli autobus.



La città faceva il conto alla rovescia dei giorni e perfino delle ore che mancavano al giorno in cui Fiume sarebbe divenuta capitale europea della cultura per il 2020. Il giorno e l'ora dell'evento si avvicinavano, e il promemoria più evidente di quanti giorni e ore mancassero era questo pannello digitale allegro e musicale che consentiva ai passanti di interagire interattivamente con il programma degli eventi.



Sfortunatamente la pandemia da COVID-19 causata dal virus SARS-CoV-2 ha fatto cancellare i primi eventi all'inizio dei preparativi. Di conseguenza gli abitanti del luogo così come i (potenziali) visitatori della città sono stati privati degli svariati eventi culturali che erano stati programmati per l'anno, ma non solo. Purtroppo, non abbiamo neanche potuto godere della specificità del paesaggio linguistico fiumano come

CEC2020. L'hub centrale di tutte le attività relative a CEC2020 era il *RiHub* e l'insegna che vediamo qui a lato dava indicazioni per raggiungerlo.



Gli eventi di CEC2020 non si svolgevano solo nel centro della città; molti rioni di Fiume hanno partecipato e hanno stilato il loro programma di eventi. L'immagine stampata sulla maglietta che vediamo riprodotta nella foto qui a fianco e su cui si legge E/FKK è del rione marittimo di Cantrida. Sotto l'immagine visiva, Cantrida è descritta come *Europski kvart kulture*, un 'quartiere europeo della cultura', e si leggono ulteriori dettagli di nomi e sedi degli eventi culturali in programma.



Mentre gli slogan e i testi che si possono leggere sulle magliette spesso non vengono inclusi nelle descrizioni dei paesaggi linguistici, nel caso di Fiume CEC2020 questo esempio merita di essere preso in considerazione.

L'estate e poi l'autunno del 2020 hanno visto il numero degli eventi drasticamente ridotto rispetto alla pianificazione iniziale. Un evento importante che ha avuto luogo nell'autunno di quell'anno è stata la variopinta mostra in onore del Professor Balthazar al Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Fiume. La mostra ha di fatto sancito Fiume come *51000 Balthazargrad* ovvero 'Città di Balthazar, 51000' che è il codice postale della città. Chi era il Professor Balthazar? Era il personaggio principale di una famosa serie di cartoni animati per bambini prodotta negli anni Settanta. Originariamente prodotta a Zagabria, la serie è stata successivamente trasmessa in televisione in altri paesi d'Europa, nel Nord America e in Asia, e ha goduto di un successo internazionale. Da allora il professore pazzo ma affabile è diventato un personaggio familiare molto amato da generazioni di bambini (e in seguito di adulti) in Croazia.

La mostra della 'città di Balthazar' ha attirato molta attenzione grazie al suo impatto visivo, ai colori vivaci e alle caratteristiche interattive che hanno consentito ai bambini di conoscere il Professor Balthazar e ai genitori e ai nonni di ricordare i cartoni animati della loro infanzia. L'immagine della bombetta caratteristica del Professor Balthazar era presente in tutti i comunicati visivi e testuali sulla mostra, come si vede sulla fiancata di questo autobus.



A parte i tabelloni pubblicitari e i messaggi visivi disegnati sugli autobus urbani, è interessante notare come la targa che dichiara Fiume 'la città di Balthazar' sia stata posizionata sotto le targhe ufficiali della città fuori dagli uffici del Sindaco e del Consiglio Comunale.



I visitatori più maturi della mostra della *Città di Balthazar* hanno potuto rivivere con gioia i ricordi della loro infanzia e rivedere la famosa serie di cartoni animati, mentre i visitatori più giovani hanno appreso delle numerose invenzioni del Professor Balthazar. La maggior parte di coloro che si sono recati alla mostra non sapevano che sebbene la serie fosse stata prodotta a Zagabria, in realtà i disegnatori si sono ispirati a Fiume per lo sviluppo della loro storia di una città 'inventata'.

Sebbene i testi che formano i corpora di molti degli studi condotti siano di solito brevi, anche testi più lunghi fanno parte del paesaggio linguistico di qualsiasi città. Non si incontrano molto frequentemente in quanto richiederebbero ai passanti di fermarsi e prendersi il tempo per leggerli. Durante i preparativi per Fiume CEC2020 una serie di testi è stata collocata per la città, alcuni dei quali di una certa lunghezza, come quello mostrato qui sotto sul piroscalo del Professor Balthazar: *Uragan* che significa 'Uragano'.



Un altro esempio di un testo più lungo lo si trova su una installazione che riporta il messaggio in inglese *I am not a robot, non sono un robot*.



La *time capsule* che vediamo qui a lato ha lo scopo di ricordare gli eventi principali tenutisi durante CEC2020.



Quando facciamo un inventario di cio' che rimane di Fiume CEC2020, quello che si può osservare è che oggi c'è un quartiere artistico in cui si trovano nuove infrastrutture o infrastrutture in fase di ultimazione, come il *Muzej moderne i suvremene umjetnosti* ovvero il 'Museo di Arte Moderna e Contemporanea', la *Dječja kuća* 'Casa del bambino', o l'annuncio che in città ci sarà *Šećer na kraju obnove* ovvero 'Zucchero [= qualcosa di dolce] alla fine dei lavori di ristrutturazione.' Il riferimento è ai lavori di ristrutturazione di quello che una volta era il *Palača šećerane* 'lo zuccherificio' e che diverrà il *Novi muzej Grada Rijeke* o 'Nuovo Museo della città di Fiume'.



L'installazione che vediamo in basso e che faceva il conto alla rovescia dei giorni e delle ore che mancavano all'inizio di CEC 2020 adesso non è più abilitata a tale funzione, ma rimane una caratteristica sia linguistica che semiotica del centro della città.



L'imprevisto: Il COVID-19

Un capitolo che non era stato pianificato – in quanto non era un capitolo previsto nella vita di tutti noi – è il capitolo dedicato alla pandemia causata da un virus che inizialmente in Croazia si scriveva *corona* o *korona*. Questo perché il valore fonetico della prima consonante è /k/, che in croato è meglio rappresentata dal grafema ⟨k⟩. La malattia causata dal virus in croato si chiama (e si scrive) COVID-19 e prende il nome dall'anno in cui è stata scoperta, il 2019.

Beh, non era pianificato, ma queste cose succedono, e per fortuna non a tutte le generazioni. Ma quando succedono mettono scompiglio, e la nostra vita cambia completamente e radicalmente.

Allo stesso tempo il paesaggio linguistico, che ci piaccia o no, cambia e riflette questi eventi, e noi siamo stati testimoni della rapida trasformazione del paesaggio linguistico in qualcosa di diverso. All'improvviso siamo stati circondati da slogan, modi di dire, pensieri e azioni a cui prima non avremmo mai pensato. Uno di questi è lavatevi/laviamoci le mani. Ma non lavatevi/laviamoci le mani come vi/ci pare, ma lavatevi/laviamoci le mani nel modo corretto.

Fin dall'inizio, quando appena si iniziavano a conoscere i rischi legati al coronavirus, la Croce Rossa croata ha pubblicato delle istruzioni sulla maniera corretta di lavarsi le mani. All'epoca la gente ancora si recava fisicamente al lavoro, e la parola "pandemia" non era ancora entrata nel linguaggio comune. Le istruzioni erano solo in lingua croata, poiché la Croce Rossa pensava che gli abitanti del posto sarebbero stati gli unici a leggerle:



Si è capito ben presto che lavarsi accuratamente le mani non era sufficiente. Le maschere protettive sono diventate indispensabili, ma al tempo non erano così facilmente reperibili e allora è emersa la creatività delle persone. Il paesaggio linguistico urbano (*cityscape*) ha iniziato a cambiare aspetto a causa della gente che indossava le maschere.

Il passo successivo è stato la chiusura di tutto, alla quale anche in lingua croata a volte ci si riferiva come a un *lockdown* totale. Il nostro paesaggio linguistico era ridotto a quanto potevamo vedere dalle finestre e dai balconi e a quello che vedevamo dai vari dispositivi elettronici quali televisione, computer, cellulare e così via. E in tanti, molto più di prima, hanno rivolto l'attenzione ai *social media*. Per quanto questo non fosse una rappresentazione visiva del paesaggio linguistico fiumano, era tuttavia parte del paesaggio linguistico visivo che gli abitanti di Fiume stavano assorbendo, ed è diventato un paesaggio linguistico surrogato.

Su questi schermi l'immagine più spesso mostrata era quella che conteneva un imperativo nella forma di un ordine: *Ostanimo doma*, 'Restiamo a casa'. L'immagine qui di fianco mostra *Ostanimo doma* come un hashtag, mentre la direttiva sotto a lettere maiuscole **ZAUSTAVIMO KORONAVIRUS!** si traduce con 'Fermiamo il coronavirus!'.



Nei giorni in cui le conferenze stampa ufficiali tenute dalle unità operative della sanità pubblica, nazionali o locali, erano gli eventi più seguiti, alcune frasi o sintagmi hanno iniziato ad assumere significati nuovi. Una di queste era il termine *šlagvort* che significa 'parola chiave' che ai parlanti piaceva usare quando immaginavano come sarebbero andate le cose quando tutto questo sarebbe finito, o per citare la frase in croato, *kada sve prođe* (quando tutto sarà superato). Allora si sperava sarebbe stato nel giro di un paio di settimane.

Il cartellone in basso è stato collocato nei pressi di un incrocio importante a Fiume allo scoppio della pandemia, all'inizio della primavera del 2020. Nel messaggio con la foto di un decespugliatore c'è scritto:

Iduća dva tjedna su ključna. -700 kn Akcija! Vrijeme je za Husqvarnu!
 'Le prossime due settimane saranno cruciali. Prezzo ridotto di 700 kune! È l'ora del Husqvarna!'

Normalmente leggeremmo l'insegna come un riferimento ai mesi primaverili alle porte e alla necessità di sistemare il giardino e ad acquistare un buon attrezzo per il giardino. Tuttavia, nel contesto dell'attesa della fine del lockdown, questo messaggio che annuncia lavori di giardinaggio in primavera ha assunto un significato diverso, in quanto la gente non vedeva l'ora che finisse quel periodo difficile in cui si dovevano fare le cose in maniera diversa dal solito, e si doveva trascorrere il tempo rinchiusi fra quattro mura invece di uscire e immergersi nella natura. Questa pubblicità rivela anche un certo ottimismo con il riferimento a *dva ključna tjedna*, le 'due settimane cruciali'.



Lo slogan *Ostanimo doma* 'Restiamo a casa' era una delle direttive che l'unità operativa del ministero della salute continuava a ripetere ogni qualvolta si rivolgeva alla popolazione dal 16 marzo al 5 maggio 2020. Da allora, la frase è stata sostituita con *Ostanimo odgovorni* 'Restiamo responsabili', che ha continuato ad essere usata per tutto il 2021.

Questa frase è stata usata in maniera giocosa in intelligenti strategie di marketing con esiti che potevano risultare ambigui, divertenti, o perfino scherzosi per i giochi di parole in essa contenuti. Il cartellone qui sotto è di una banca che pubblicizza i propri servizi di trasferimento elettronico. Il testo a lettere minuscole è il seguente: *Šalji i primaj lovu. Brzo, besplatno i od doma*, 'Manda e ricevi denaro. Velocemente, a costo zero e

da casa. Il lessema *doma* ‘casa’ è diventato di uso molto comune. Un altro esempio dell’uso del termine *doma* nella pubblicità è l’hashtag: #ostanidoma. Qui troviamo la seconda persona singolare dell’imperativo (‘sta’a casa’) che nello slogan ufficiale è in prima persona plurale: *ostanimo doma* (‘restiamo a casa’).

Torniamo ora al testo principale nella parte centrale del cartellone, KEKS pay. DOMA stay. Questo testo ha fatto presa innanzi tutto per la rima, e in secondo luogo per il gioco di parole in due lingue, e infine perché contiene il termine *keks* che ha diversi significati: ‘biscotto’ e ‘per niente’. Pertanto, lo slogan ‘KEKS pay. DOMA stay’ significa qualcosa del tipo ‘il tempo di pronunciare la parola “keks” e con noi effettui tutte le transazioni che vuoi rimanendo a casa’.



Altri esempi di giochi di parole sono le due frasi qui di seguito che sono apparentemente in contrasto l’una con l’altra. Sembrano riflettere la situazione attuale nel mondo e sono state trasmesse dalla stazione televisiva croata, RTL. *Budite pozitivni* significa ‘Siate positivi’ e *Ostanite negativni* significa ‘Restate negativi’.

Contrariamente agli operatori dei grossi punti vendita e della grande distribuzione, molte piccole imprese e fornitori di servizi hanno informato a loro modo i clienti su come avrebbero interagito con loro in maniera conforme alle raccomandazioni dell’unità operativa del ministero della salute, con risultati a volte discutibili. Nel tentativo di fornire il maggior numero di informazioni possibili, spesso esageravano con il numero di messaggi all’ingresso dei loro negozi. Questo ha creato un caos visivo e testuale, e per usare termini di linguistica auditiva, era come se ci fosse un’elevata rumorosità.



Al contrario, altri esercizi commerciali hanno deciso di ridurre al minimo indispensabile la quantità di informazioni, e le loro direttive sono risultate le più semplici da elaborare.



Quando era ormai chiaro che le restrizioni alla circolazione e alle attività commerciali si sarebbero finalmente allentate, la notizia è stata accolta ovunque con una gioia pervasa da un senso di rinascita. Sulla vetrina di un negozio un'insegna in inglese ne dava l'annuncio: *Life is back* – 'Si ricomincia a vivere', subito seguito dall'annuncio di uno sconto del 50%:



La foto qui di fianco trasmette il suo messaggio non tramite testo ma attraverso l'immagine in essa contenuta – quella del manichino nella vetrina di un negozio che indossa una mascherina. In un certo senso, somiglia a noi potenziali acquirenti, e in questo modo il manichino è un po' come se fosse 'uno di noi'.



Nel corso del 2020 sono state emesse varie direttive, e i cittadini hanno dovuto aderire a certe misure di sicurezza per ridurre il rischio di contagio. A volte le direttive erano meno rigide, a volte erano più restrittive. Le direttive stabilivano se le persone potevano incontrarsi in spazi chiusi o solo in spazi aperti, se potevano vedersi per pranzo o solo per un caffè,

o se non potevano vedersi affatto. Emerge un nuovo concetto, *novo normalno*, 'la nuova normalità'.

La gente faceva fatica ad accettare il fatto che fosse loro proibito andare a sedersi in un caffè, che è il luogo di socializzazione per eccellenza. I caffè hanno iniziato a mettere fuori cartelli con la scritta *kava za van* 'caffè per fuori', o *kava to go*, 'caffè to go'. Il numero di questi cartelli è aumentato notevolmente e il termine *to go* ha iniziato ad essere usato anche per altre bevande.

L'immagine qui di seguito può essere catalogata come un esempio di insegna monolingue in inglese, dato il testo *Kissing point* – luogo per baciarsi. È importante interpretarlo nel suo complesso, che è evidente dall'atmosfera della foto: invece di un gruppo di persone in questa pasticceria c'è un gruppo di orsacchiotti che socializzano.



La chiusura dei ristoranti è stata annunciata nel tardo autunno. Uno dei locali leggendari noto perché riflette i sentimenti della gente ha esposto fuori dal locale l'insegna che vediamo qui di fianco con un messaggio dal chiaro riferimento biblico. Sulla lavagna c'è scritto: *Posljednja večera* 'L'ultima cena'.



L'avvento dei vaccini e la possibilità che la pandemia potesse giungere al termine, o perlomeno che si potessero limitarne gli effetti, ha fatto emergere lo slogan *Misli na druge... cijepi se!* 'Pensa agli altri... vaccinati!' Questo slogan era ovunque: in televisione, sui social media, sui badge ecc. Gli slogan diretti ai turisti erano invariabilmente in inglese e la loro funzione era di presentare la Croazia sia come ambita meta turistica sia come un luogo sicuro in cui trascorrere le proprie vacanze: *Safe stay in Croatia* 'In Croazia siete al sicuro' e *Safe travels* 'Viaggiate sicuri':



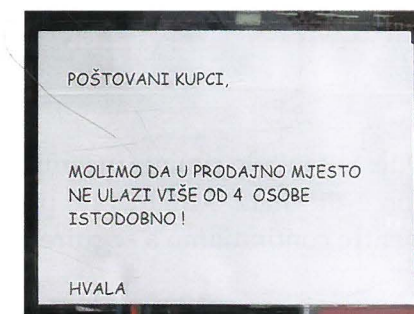
La gente ha aderito alle misure di sicurezza in maniera alterna – a volte le misure erano molto rigide, a volte più rilassate. Nella primavera del 2021 i caffè hanno potuto riaprire. Alcuni caffè a Fiume hanno riaccolto i clienti con un *After lockdown akcija* o 'Speciale post-lockdown'; una reminiscenza del 50% di sconto pubblicizzato nelle vetrine dei negozi nell'autunno 2020.



Quali caratteristiche si riscontrano nelle campagne di informazione di massa e nei protocolli di comunicazione che costituiscono parte integrante del paesaggio linguistico fiumano del 2021? Nell'arco del 2021 l'aspetto fisico dell'ingresso agli edifici è apparso meno ingombro. Il numero di direttive era stato ridotto e la gente non veniva più bombardata con ogni sorta di notifica. I grandi centri commerciali hanno ridotto il numero di avvisi a quei pochi di maggiore importanza. Questi ultimi spaziavano da richieste come *Molimo vas, dezinficirajte ruke* - 'Per favore, lavatevi le mani', *Molimo vas, držite međusobni razmak od 2 m.* - 'Per favore mantenete una distanza di 2 metri', a notifiche quali *Obavezno nošenje maski* 'Bisogna indossare la mascherina', fino a divieti come *Zabranjeno grupiranje osoba* 'Sono vietati gli assembramenti.'



Messaggi stampati o scritti a mano sono rimasti parte del paesaggio linguistico solo laddove contenevano messaggi temporanei o specifici, come ad esempio quelli indicanti il numero di persone consentito in una certa area. L'insegna qui di fianco riporta il seguente messaggio: *Poštovani kupci, molimo da u prodajno mjesto ne ulazi više od 4 osobe istodobno! Hvala.* 'Gentili clienti, vi chiediamo gentilmente di limitare il numero di persone che entrano nel negozio a 4 alla volta! Grazie'.



Come già indicato, la pandemia di COVID-19 ha avuto come conseguenza la pubblicizzazione del caffè come *kava ZA VAN* 'caffè PER FUORI'¹ o *kava TO GO* 'caffè TO GO'. Adesso si vedono costrutti simili in contesti in cui non ce li aspetteremmo, come per esempio in relazione al vino. La lista dei vini scritta a mano (che vediamo nell'immagine qui sotto) pubblicizza un vino bianco prodotto da un'azienda vinicola locale, Gospoja. L'azienda si trova nella cittadina di Verbenico, dall'altra parte del Golfo del Quarnaro rispetto a Fiume. Il loro vino, fatto con una varietà di uva chiamata *Žlahtina*, è pubblicizzato nel menù con le parole *za van* 'per fuori' e la forma opposta *za tu* 'per qui (dentro)'.



Questo capitolo rimane incompiuto. La *staro normalno* 'vecchia normalità' non è ritornata. Rimangono paure e preoccupazioni. Ci accompagnano mentre continuiamo a seguire i cambiamenti nel paesaggio linguistico.

¹ La traduzione letterale "per fuori" in questo caso fa riferimento al caffè da asporto.

VI.

La regione Litoraneo-montana

Quando un turista visita un paese straniero di solito cerca informazioni nella propria lingua o perlomeno in una lingua che capisce. Il protocollo prevede che alla frontiera le insegne siano nella lingua del paese in cui il turista sta entrando e in quella del paese che sta lasciando.

La Croazia è una meta turistica molto popolare ed è normale trovare informazioni in più lingue. Nella foto qui sotto che mostra un cartello al confine fra la Croazia e la Slovenia si vedono otto lingue (la parte nord-occidentale della Regione Litoraneo-Montana confina con la Slovenia). Le altre lingue sono le lingue internazionali più diffuse, ovvero l'inglese, il tedesco, il francese e l'italiano, unitamente alle lingue parlate nei paesi da cui spesso provengono i turisti, come l'ungherese e il ceco.



Quando i turisti arrivano a Fiume da Pola, situata sulla costa della penisola istriana a ovest della città, vengono accolti da un cartello che identifica la città sia come *Rijeka* che come *Fiume*.



Il primo indizio che ricorda ai turisti che sono entrati nella Regione Litoraneo-Montana è un cartello di benvenuto in quattro lingue. Il cartello di benvenuto è abbinato a un altro che saluta i viaggiatori in uscita nelle stesse quattro lingue. La Regione Litoraneo-Montana in croato è nota come la regione croata 'verde-blu' per via della sua costa e delle estese foreste nell'entroterra. L'insegna sulla sinistra contiene anche il messaggio *U našu plavo-zelenu PGŽ* 'Benvenuti nella nostra regione verde-blu' con le iniziali PGŽ che si riferiscono all'acronimo della regione in croato: *Primorsko-goranska županija*.



L'autostrada che attraversa la maggior parte della regione è nota come *Goranka*. *Goranka* è un nome femminile. Il motivo per cui l'autostrada si chiama *Goranka* è che la seconda parte del nome della regione in croato è *goranska* che significa 'montana'. È naturale che i toponimi in croato abbiano nomi femminili che derivano da una caratteristica tipica di quell'area.



Sfortunatamente una delle conseguenze del completamento dell'autostrada avvenuto circa vent'anni fa è che i viaggiatori non hanno più necessità di fermarsi durante il tragitto, al massimo fanno una breve sosta per riposarsi. In passato i viaggiatori usavano le strade provinciali e si fermavano nei paesi o nelle città che incontravano nel loro percorso. I cartelli che indicano le aree di sosta di solito sono monolingue con simboli che denotano la funzione a cui si riferiscono.



Le insegne per i parchi nazionali, invece, come il cartello riportata qui di fianco in cui è indicato il parco nazionale del Risnjak, sono bilingui.



I turisti, sia stranieri che locali, devono essere informati sulle caratteristiche dell'area in cui si trovano e questo solleva la questione della lingua da utilizzare e delle informazioni da includere nelle insegne. In questo cartello, collocato sulla nota spiaggia di Svežanj nella località di Costrena, l'inglese è la lingua usata per dare informazioni ai visitatori sui numeri da chiamare in caso di emergenza e sugli orari del servizio di salvataggio. Una grande quantità di informazioni che sarebbe altrimenti trasmessa tramite testo scritto viene invece comunicata per mezzo di simboli internazionali facilmente riconoscibili e visibili sul lato destro dell'immagine qui sopra.



In molte città lungo la costa troviamo insegne dal design accattivante, a volte proprio nel centro della città, ma questo dipende dai comuni. Un esempio è l'insegna del comune di Costrena (scritta con il grafema ⟨k⟩ in croato) che vediamo nella foto qui di fianco.



Se ci viene un languorino e ci troviamo in una certa zona di Fiume possiamo fare un salto da *McChevap* o addirittura farci consegnare il cibo a domicilio.



Il gioco di parole che allude a *McDonald's* è ovvio ed è impossibile non notarlo. E allo stesso tempo non si può negare che funzioni.

Quando parliamo della periferia di Fiume, non dobbiamo dimenticarci di includere nella nostra analisi del paesaggio linguistico quelle caratteristiche tipiche del posto, come per esempio l'onomastica ma anche alcuni termini del dialetto locale. È il caso di molte strade del distretto fiumano di Drenova, che fino a non molto tempo fa era un paese al di fuori dei confini della città. Qui i nomi di molte strade sono collegati a vecchie località e hanno caratteristiche lessicali, fonologiche e grammaticali del dialetto locale, il ciacavo.



La presenza di parole di origine dialettale aumenta man mano che ci si avventura nelle cittadine e nei villaggi fuori Fiume. Il poster che vediamo nell'immagine qui di fianco collocato a Grobno pubblica le maschere che si indossano all'inizio della festività del Carnevale di Fiume il 7 di gennaio. Le feste in maschera indicate nel poster sono descritte nel dialetto locale come *najbolje na svitu* 'le migliori al mondo'. Un altro termine di origine dialettale, *Parićani*, svolge la funzione di chiedere ai passanti se sono 'pronti' per la festa.



Le feste in maschera che si tengono a Fiume e dintorni nel periodo del Carnevale sono famose. Una delle caratteristiche di questa festività è che molte parole relative al Carnevale hanno origine dialettale e alcune insegne sono monolingui e scritte esclusivamente nel dialetto ciacavo, come

per esempio quella qui sotto per la *Balinjerada*, un festival che si tiene nella città di Abbazia. La serie di carri allegorici e go-kart alla parata della *Balinjerada* sono così famosi che ad Abbazia è stato eretto un monumento per commemorare e celebrare il festival. Un testo pubblico che lo descrive completo di codice QR, tuttavia, è scritto solamente in croato standard.



Questa è solo una cernita delle molteplici insegne che fanno parte del paesaggio linguistico delle aree intorno a Fiume. Facciamo un giro per la Regione Litoraneo-Montana sia passando per la costa sia per le aree montuose per osservare le similitudini e le differenze.

La zona costiera della regione è caratterizzata da insegne relative al turismo, all'industria marittima o ai vigneti. Queste variano da insegne poste lungo le strade a nomi di imprese commerciali.

Il cartello qui sotto ci ricorda che l'area in cui si trova la città di Novi nella Valdivino è famosa, come suggerisce il nome stesso in italiano, per i suoi vigneti situati lungo una delle 'strade del vino'. Nella foto qui sotto vediamo anche una caratteristica tipica della zona costiera della regione: un'insegna multilingue che pubblicizza la disponibilità di stanze da affittare.



Questi e altri messaggi, come quello di un caravan park locale, fanno parte della compagine di insegne che dà il benvenuto ai turisti all'ingresso della città di Sant'Elisabetta.



La città di Selce saluta i visitatori con un grosso cartello su cui si trovano simboli relativi ai servizi di interesse per i turisti.



Alcune insegne riportano anche del testo, oltre che simboli. Il cartello qui a fianco riporta testi scritti solo in croato.



A Selce vi è un gran numero di cartelli che guida i visitatori in giro per la città, in particolare indirizzandoli verso il luogo solitamente di maggiore interesse: la spiaggia, qui indicata con il termine croato *plaža*.



Se per caso un turista fosse incerto su dove si trovasse, il nome di questo ristorante gli chiarirebbe le idee. Si chiama *Sidro* 'Àncora', e ci ricorda che questa è una zona con una lunga tradizione nautica.



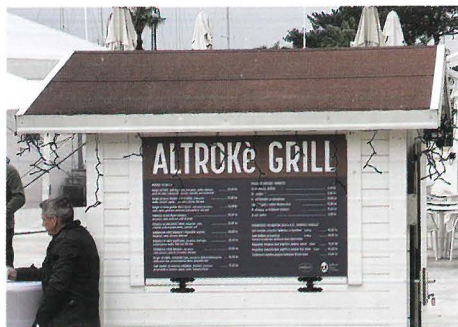
Nel nostro percorso dal sud al nord della regione ci fermiamo a Cirquenizza (Crikvenica), una cittadina che mira a soddisfare i bisogni del grosso mercato turistico dove molti esercizi commerciali hanno nomi che richiamano l'industria marittima. Quelli che vediamo nelle fotografie qui sotto prendono il nome da venti locali: *Burin* deriva dal vento spietato, freddo e asciutto che soffia sulle coste del mare Adriatico noto come *Bora* (*Bura* in croato); sulla destra, *Nevera* ('Burrasca') si riferisce a qualsiasi condizione meteorologica burrascosa con la quale è pericoloso essere in mare.



Ci sono altri esercizi commerciali che prendono il nome da oggetti dell'industria marittima. *Trabakul* è il termine croato per un tipo di nave mercantile che in italiano si chiama *trabaccolo*, mentre *Crni mol* significa 'Il molo nero'.



Questo ristorante usa un termine istriano e fiumano, *Altrokè* in riferimento a una particolare varietà di leccornie alla griglia.



A Cirquenizza i turisti possono visitare un'esposizione di *Miče barke*, che nel vernacolo locale significa 'Piccole Barche'.



Nella zona ci sono molti olivi e nelle immagini qui sotto vediamo un *toš* o una pressa per le olive. L'insegna fuori dal negozio sullo sfondo è quella di *Croatia osiguranje*, 'Assicurazione Croazia', una compagnia assicurativa che risale al XIX secolo.



A Cirquenizza si trova un'effigie del *Malik*, una figura mitologica nota a molti bambini del luogo. Le informazioni sul *Malik* sono oggi disponibili in croato, italiano, tedesco e inglese.



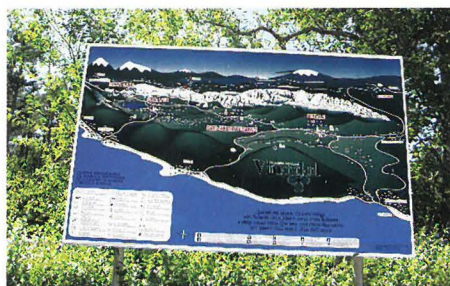
Il cartello qui a fianco è sia in croato che in inglese. Ma per i parlanti inglese potrebbe risultare alquanto criptico, in quanto non specifica che a Cirquenizza solo in alcune aree è consentito di portare a spasso il cane senza il guinzaglio. Una traduzione letterale dal croato *tu se igrām* 'Io gioco qui' non basta per dire ai turisti che 'Questa area è destinata ai cani che possono starvi senza guinzaglio sotto la supervisione del proprietario.'



Nemmeno il cartello qui a fianco trasmette il messaggio in maniera chiara. Il testo croato *Tu se NE igram* è stato tradotto letteralmente con 'Io NON gioco qui.' Il cartello sulla destra che riporta informazioni su *Dječje igralište* 'Parco giochi per bambini' è scritto solo in croato. Con ogni probabilità non sarà chiaro ai parlanti inglese che in quest'area i cani devono essere tenuti a guinzaglio per far sì che i bambini possano giocare liberamente e in sicurezza.



Nell'entroterra di queste città costiere vi è un'area nota come *Vinodol* o *Valdivino* in italiano (la denominazione 'Valle Vinaria', una volta in uso, è ormai desueta). Il cartello qui a fianco fornisce informazioni ai turisti sulle attrazioni della zona.



Quando ci siamo fermati a Drivenik per dare un'occhiata in giro abbiamo visto un cartello con scritto *Grad Drivenik* che indirizzava i turisti verso l'antico castello in città. Sotto questo cartello ce n'era uno con le stesse parole *Grad Drivenik*,



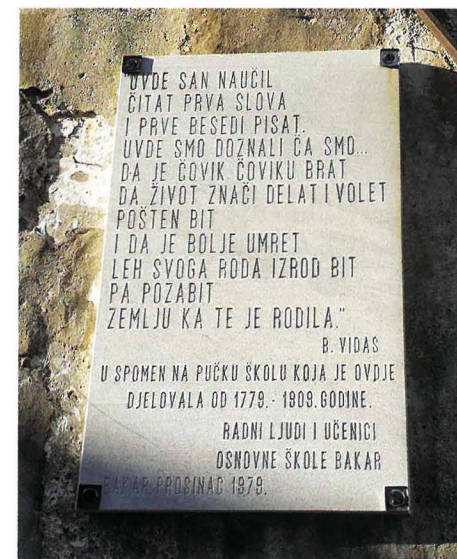
ma scritto con l'antico alfabeto glagolitico. L'alfabeto glagolitico è un alfabeto antico che è rimasto in uso nelle aree in cui si parla croato fino alla fine del XIX secolo. L'uso del glagolitico su questo cartello stradale non è casuale. C'è un'associazione simbolica fra l'uso del glagolitico e un testo antico, il *Vinodolski zakon* o 'Codice di Vinodol' del 1288. L'antico castello di Drivenik è menzionato nel Codice.

Questa è, ovviamente, un'insegna moderna, ma può essere vista anche come un modo creativo per rendere visibile l'intangibile patrimonio culturale per cui quest'area è famosa: l'uso dell'alfabeto glagolitico.

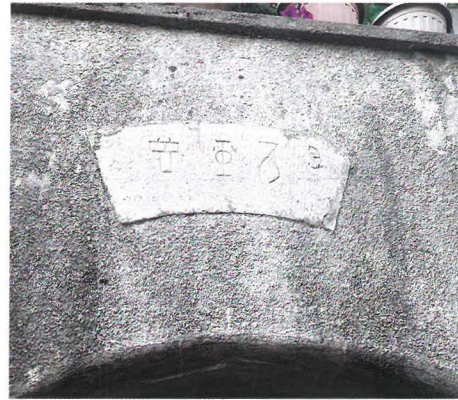
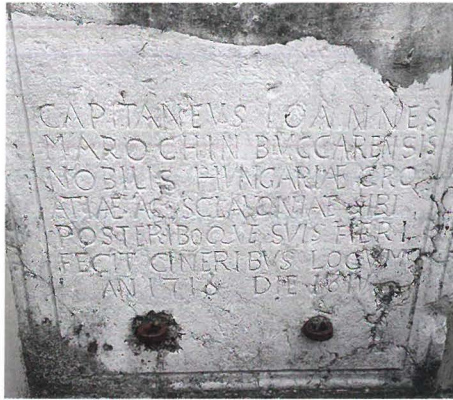
Testi in dialetto ciacavo sono più diffusi qui che nella regione di Fiume. Quello qui a fianco si trova nella cittadina di Cregolino (Hreljin). È la pubblicità di una birra locale e indicizza un rapporto che è un luogo comune in molte culture: quello fra suocera e genero. C'è scritto: *Hreljin!!! Aš mi je punica va Krasice pa tamo ne moren* 'Cregolino!!! Perché mia suocera è a Crassizza e io non ci posso andare.' Questa frase è seguita dalla scritta (in croato standard) *Mala pivovara za veliko pivo* 'Un piccolo birrificio per una grande birra'.



Dal paesaggio linguistico della città di Buccari, a sud di Fiume, riportiamo un testo che contiene uno splendido esempio di versi in ciacavo. Il testo è dedicato a una scuola elementare che ha contribuito all'alfabetizzazione dei bambini del posto per oltre un secolo.



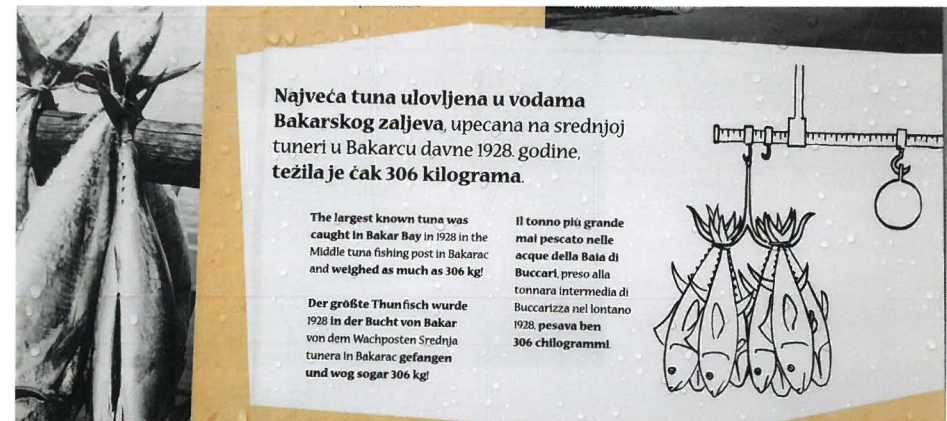
Il patrimonio linguistico di Buccari mostra testi in latino e in alfabeto glagolitico, con insegne scritte sia in croato che in italiano.



La lunga e illustre tradizione nautica è parte del patrimonio culturale di Buccari. L'addestramento dei marinai e dei capitani è parte integrante di questa tradizione, così come l'attività dell'Istituto Nautico che conia la terminologia nautica in lingua croata e ne presiede all'uso. L'insegna qui di fianco è quella dell'Istituto Nautico di Buccari.



Un elemento importante del settore della pesca locale è il tonno. Nell'immagine qui di seguito vediamo un testo in croato, inglese, tedesco e italiano sulla storia e sui moderni sviluppi della pesca del tonno nell'area.



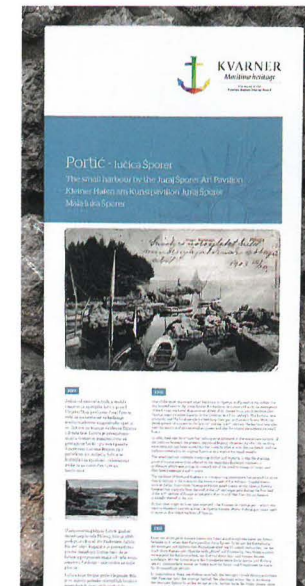
D'estate vengono organizzati molti eventi, fra cui un festival estivo noto come *Margaretino Leto* 'L'estate di Margherita', e il testo che si vede nell'immagine qui a fianco è scritto prevalentemente in croato standard con alcune parole prese dal dialetto ciacavo locale.



Nella zona ovest del golfo del Quarnero e di Fiume troviamo la città di Abbazia e altre cittadine costiere. Abbazia è la città croata con la più antica tradizione turistica risalente alla fine del XIX secolo, ai tempi dell'Impero austro-ungarico. In epoca moderna la città è stata in grado di mantenere la propria reputazione di ambita meta turistica, e ciò risulta evidente dai cartelli stradali che indirizzano i turisti verso i numerosi alberghi della zona. Le edicole della città sono rifornite di giornali da tutta Europa scritti in diverse lingue.



Le insegne pubbliche sono in croato. Quando si rivolgono ai turisti, in genere sono scritte in due o più lingue.

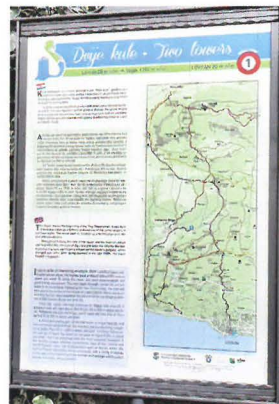




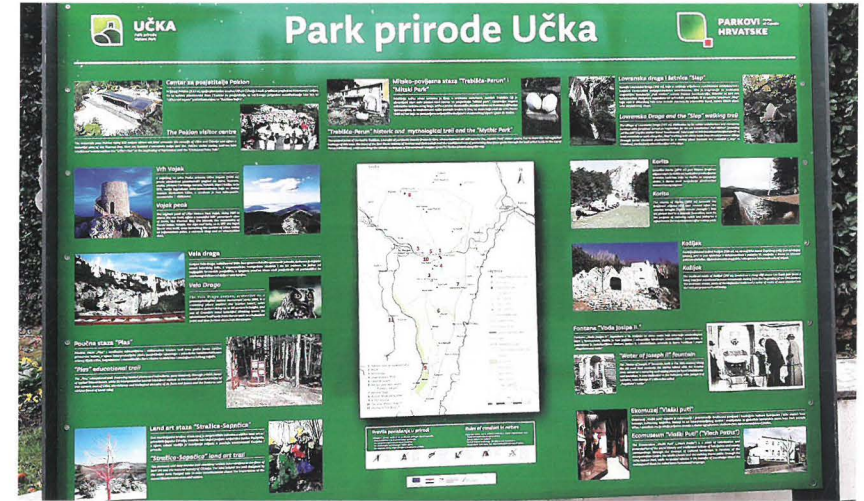
Alcune insegne sarebbero più efficaci se proponessero anche una traduzione, come nel caso di questo cartello che avvisa i passanti che il terreno è scivoloso e pertanto se scegliete di entrare in quella zona è “a vostro rischio e pericolo”, come indicato nel testo in croato



Ci sono molte somiglianze fra il paesaggio linguistico di Abbazia e quello della città costiera di Laurana, come per esempio l'attenzione per il turismo e la natura multilinguistica delle insegne pubbliche, la presenza di poster che informano i turisti di caratteristiche storico-culturali del luogo e l'uso occasionale del dialetto ciacavo. La prima immagine riporta la descrizione delle *Dvoje kule* o *Due Torri*. La seconda narra la storia dei portatori d'acqua di Laurana noti come *Lovranski vodonoše*.



Il Monte Maggiore è la montagna che si innalza dietro la Riviera di Abbazia. Le informazioni sul Parco Naturale del Monte Maggiore sono in più lingue.



Sul lato del Parco Naturale del Monte Maggiore di fronte a Draga di Mošchiena molti dei cartelli informativi offrono informazioni su Trebisca – Perun. Trebisca è un villaggio mitologico dell'area. Si tratta di un insediamento abbandonato che ha mantenuto importanza poiché il nome del paese contiene il termine *treba* che significa ‘sacrificio’ in antico slavo. Il nome *Perun* si riferisce a una figura mitologica slava.



Le isole collocate nel Golfo del Quarnero costituiscono una parte considerevole della superficie totale della regione, come per esempio Veglia (Krk) e Cherso (Cres).. Per entrambe le isole il turismo e il settore marittimo sono molto importanti. Lo si può vedere dalle molte insegne multilingui.

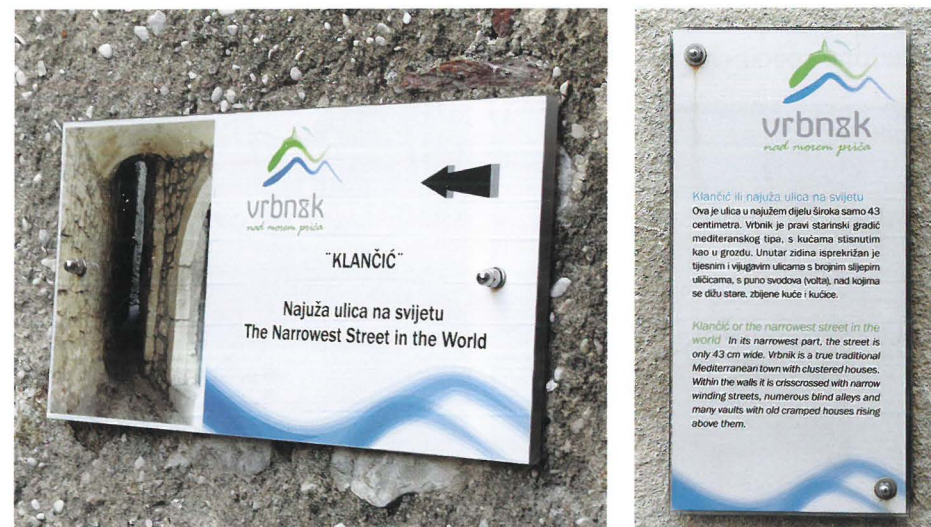
Partiamo da Veglia, nota ad alcuni come la culla della letteratura croata scritta in alfabeto glagolitico per il grande numero di insegne e testi scritti con quell'alfabeto, ma soprattutto per la *Bašćanska ploča*, la tavola di Besca o lapide di Bescanuova. La tavola risale al 1100 DC ed è famosa in quanto è il primo esempio noto di un antico testo croato scritto in alfabeto glagolitico. Nella zona dove è stata rinvenuta la lapide di Bescanuova oggi vediamo grosse lettere in alfabeto glagolitico che costellano il paesaggio nel percorso letterario che si può percorrere. Queste lettere rimandano al patrimonio letterario del luogo e alla tradizione dell'uso dell'alfabeto glagolitico in voga fino a non molto tempo fa, all'inizio del XX secolo.

Si può vedere un'incisione in glagolitico sotto il rosone sulla facciata della chiesa dell'Assunzione della Vergine Maria a Castelmuschio (Omišalj), una città nella parte settentrionale dell'isola di Veglia.



L'incisione in glagolitico sulla chiesa di Castelmuschio si trova su una pietra collocata molto in alto e sarebbe difficile per i passanti capire che si tratta, effettivamente, di glagolitico senza l'ausilio di una lente di una macchina fotografica. Si tratta pertanto di un esempio del paesaggio linguistico 'latente' di una località.

Nella città di Verbenico si trovano alcune insegne interessanti che indicano la strada più stretta del mondo.



Le insegne sono in due lingue, croato e inglese. Quel che colpisce è l'ortografia ibrida del nome croato del luogo, Vrbnik. La penultima lettera 'i' è scritta con l'equivalente lettera glagolitica.

Passiamo ora a un'altra isola ben visibile dal balcone o dalla finestra del salotto di molti abitanti di Fiume, ovvero Cherso. Cherso si trova sul 'quarantacinquesimo parallelo', che è anche il nome di un bar, come si vede nella veranda dello stesso bar nell'immagine qui di fianco.



Alcuni cartelli stradali orientano la nostra attenzione sulle regole di circolazione specifiche delle cittadine costiere con strade molto strette.



I nomi delle vie ci ricordano chiaramente che ci troviamo in una zona costiera fortemente influenzata dal settore marittimo. La scritta della prima insegna qui sotto, *Riva creskih kapetana*, significa 'La Riva dei capitani chersini'. *Jadranska obala* significa semplicemente 'litorale adriatico', mentre *Osorska ulica* 'Via Ossero' si riferisce a un villaggio portuale nell'isola di Cherso.



Nella stessa città di Cherso, le insegne multilingui rimandano all'importanza del turismo marittimo.



Le insegne monolingui di solito sono in croato, ma una delle insegne monolingue più diffuse è quella in inglese con la scritta *No stress on Cres*, 'zero stress a Cres' (Cherso), che manda un chiaro messaggio ai turisti su cosa si possono aspettare sull'isola.



Il lungomare, o *Riva*, è un luogo ideale per pubblicizzare i propri servizi, che possono spaziare da quelli che interessano esclusivamente i turisti, come alloggi o noleggio auto e barche, a quelli diretti agli abitanti del posto come il cartello sbiadito che pubblicizza servizi di lavanderia. La terza immagine in basso informa chiunque si trovi in zona che la rete Wi-Fi è accessibile.



Come in altre località costiere, l'inglese è la lingua usata per pubblicizzare la disponibilità di alloggi. Fino a non molto tempo fa, il testo più diffuso per questo scopo era *Zimmer frei*, una frase tedesca che significa 'Camere disponibili', ma questa frase oggi è molto meno comune, e raramente entra a far parte del paesaggio linguistico della zona.



Come in tutte le località lungo la costa adriatica, a Cherso si vendono prodotti locali i cui nomi sono scritti in croato, poi in inglese, in italiano e in tedesco.



Sulla terraferma dalla parte di Fiume, appena a nord della città e a una certa altitudine si trova la città di Castua. Lì si trovano tre insegne fatte di materiali diversi a testimonianza dei diversi periodi in cui sono state create. La più antica è un'incisione su pietra che vediamo nell'immagine qui sotto. Questa insegna non solo riporta informazioni di natura geologica, ma ci ricorda il lavoro dei numerosi tagliapietre della zona.

Nell'incisione leggiamo l'altitudine in cui si trova la città, e precisamente 377 metri sopra il livello del mare. Incisioni di questo tipo sono abbastanza diffuse nella regione. L'incisione, collocata di fianco alla chiesa di Santa Jelena Križarica ('Sant'Elena della Croce, madre di Costantino'), riporta anche l'altezza del campanile della chiesa, 32 metri.



La prima insegna che vediamo nell'immagine qui sotto commemora una delle prime 'sale di lettura' della zona, qui indicata come *čitalnica*. Questo è un termine in dialetto ciacavo, il cui corrispondente in croato standard è *čitaonica*. La seconda insegna, con un design molto simile, si trova nei pressi della Chiesa dell'Assunzione. L'insegna è apposta sull'omonima chiesa che era in costruzione nei sec. XVII-XVIII ma che non è mai stata terminata.



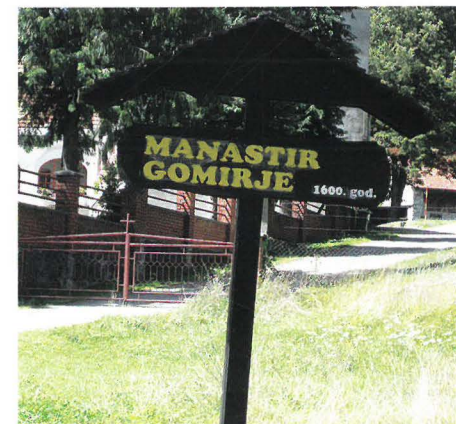
Un'altra insegna con un significato simile è una targa nel cuore della città di Castua, nell'hinterland di Fiume. L'insegna è in ciacavo e si traduce con 'Via della legge castovana' in riferimento allo statuto del 1400 scritto in glagolitico.



Nella città di Castua si trovano insegne particolari come questa: una botte con incise le parole *Bačvarska zbirka* 'collezione di botti', che si riferisce alla tradizione dei bottai che per secoli hanno abitato e lavorato in questa zona.



La forma delle insegne nelle zone più montuose della regione può essere molto diversa rispetto a quelle che si trovano nelle zone costiere. Per esempio, è più probabile che le insegne siano in legno. Quella che vediamo nell'immagine qui in basso è l'insegna di un monastero serbo ortodosso, Gomirje, che si pensa sia stato fondato nel 1600. In generale in queste zone ci sono meno insegne multilingui, e quelle che vediamo sono state collocate per il beneficio del crescente numero di turisti. Il turismo è un settore in continua crescita nell'entroterra della Regione Litoraneo-Montana.



I cartelli stradali che troviamo sulla strada verso Fusine (Fužine), meta ambita per quei turisti che vogliono esplorare le aree montane della Croazia, indicano una varietà di attrazioni nella zona. In generale ci sono meno alberghi rispetto alla zona costiera della regione.



Nel comune di Fusine ci sono insegne nei pressi del lago di Bajer, *Bajersko jezero*, che ci avvertono che è pericoloso nuotare nel lago, e sulla fiancata del plastico di un treno troviamo la scritta *Fužine Expres*, Fusine Express.



Quando si entra in una regione, le insegne di solito danno il benvenuto ai visitatori con un saluto in più lingue. I simboli forniscono informazioni sulle strutture turistiche disponibili.



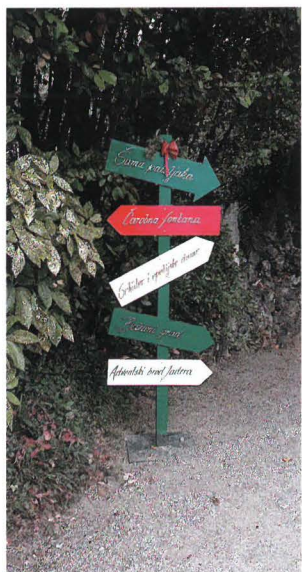
Le insegne che si trovano nella zona montuosa della regione sono per lo più monolingue in croato standard. Questa è un'area dove si incontrano i tre principali dialetti croati: *ciacavo*, *caicavo* e *stocavo*; ma sono poche le insegne che testimoniano questa convergenza. L'insegna qui in basso a sinistra dirige i visitatori verso il *Petehovac*, un centro per trekking ed escursioni che d'inverno ha anche una pista da sci. Nell'immagine in basso a destra la scritta *Gostionica. Kauzlarićevi Dvori* (Locanda Le corti dei Kauzlarić) funge da insegna di un famoso ristorante nella città di Delnizza (o Delnizze) che serve prelibatezze della regione montana.



Una recente iniziativa turistica è incentrata sulla presenza di una delle più nobili famiglie croate, la famiglia Frankopan, che è stata molto influente nella società croata dal XII al XVII secolo. Una conseguenza dell'iniziativa *Putovima Frankopana* 'Sulle rotte dei Frankopan' è stata l'introduzione di informazioni relative alla presenza dei Frankopan sui cartelli stradali, come per esempio quelli che indicano i castelli locali. I Frankopan erano imparentati tramite matrimonio con un'altra famiglia della nobiltà croata, la famiglia Zrinski. Il primo cartello che vediamo nell'immagine qui a fianco guida i visitatori verso il Castello Zrinski situato nella città di Brod, sul fiume Kupa. Il secondo cartello indica ai viaggiatori la strada per Dvorac Zrinskih 'il Palazzo Zrinski' situato a Cabar, una città non distante. Il terzo cartello indica il Parco Nazionale di Risnjak.



Questo testo è andato in stampa alla fine del 2021. Per concludere questo capitolo vogliamo dare un assaggio dell'atmosfera dell'Avvento con delle immagini di cartelli stradali con termini locali quali *Mrkat* e *Kurijera* ('mercato' e 'corriera'). Alcuni cartelli specificano quanti passi ci vogliono per raggiungere delle località nei dintorni quali *Jadranovo*, *Selce* e *Dramalj*.



Possiamo notare che il termine *Xmas* ormai riconosciuto a livello internazionale è presente anche qui.

VII.

Conclusioni

Una sorta di 'osservazione conclusiva' per questo libro sul paesaggio linguistico fiumano è già stata fatta ancora prima della stesura finale di questo testo. Al tempo Fiume godeva ancora dello status di *Capitale Europea della Cultura 2020*, che è stato esteso al 2021. Questa 'nota conclusiva' era una mostra di 20 poster in un luogo pubblico, una delle attività del programma *Fiume CEC2020 – 27 Quartieri – Campus di quartiere*.



I poster erano affissi in due aree, entrambe zone pedonali molto frequentate, e di conseguenza la mostra ha attirato molta attenzione. Si è tenuta per la prima volta nel novembre del 2020 in uno spazio espositivo esterno nel Campus dell'Università degli Studi di Fiume. Nel settembre del 2021 la mostra è stata allestita nell'area pedonale più frequentata di Fiume, il *Corso*, e anche qui ha attirato parecchia attenzione. Anche i media ne hanno parlato in entrambe le occasioni. La mostra presentava una serie di osservazioni conclusive su cui vorremmo soffermarci.

Per cominciare, rivediamo passo per passo le ipotesi che abbiamo avanzato all'inizio della nostra indagine sul paesaggio linguistico di Fiume e dintorni. La prima ipotesi riguarda i requisiti legislativi. L'articolo 12 della costituzione croata sancisce che "il croato scritto in alfabeto latino è la lingua ufficiale". La nostra prima ipotesi, ovvero che il croato viene usato nelle insegne ufficiali su edifici pubblici come influenza 'dall'alto' sulle scelte linguistiche, è stata confermata.

Le insegne ufficiali su strutture finanziate con fondi pubblici e istituzioni per minoranze etniche hanno insegne bilingui. Anche questo è conforme alle norme legislative.

La nostra analisi di un numero molto più elevato di insegne non ufficiali rivela che queste, come le insegne ufficiali, di solito sono in croato e seguono le norme lessicali, grammaticali e grafemiche del croato standard.

Anche fra le insegne non ufficiali troviamo insegne bilingui, e le combinazioni linguistiche più frequenti sono croato e inglese, e croato e italiano. La scritta in croato di solito appare per prima, e la dimensione e lo stile del carattere di solito sono le stesse per entrambe le lingue.

La nostra seconda ipotesi era relativa alla storia di Fiume, in particolare alla storia del XIX secolo, e alle lingue che hanno caratterizzato il profilo linguistico della città. Anche questa ipotesi è stata confermata e siamo stati in grado di localizzare esempi dell'uso di queste lingue nel paesaggio linguistico contemporaneo della città.

In prima istanza, abbiamo constatato che l'italiano ha avuto una notevole influenza sulla città. Nel nostro corpus abbiamo documentato un alto numero di targhe commemorative, seguito da un numero più esiguo di altri tipi di insegne così come di quelle iscrizioni che abbiamo visto sulle lapidi e in altri spazi all'interno dei cimiteri della città.

Nella seconda metà del XIX secolo, gli investimenti di capitale da parte dell'Ungheria hanno svolto un ruolo importante nello sviluppo della città in generale, e delle strutture portuali in particolare. A Fiume si trovano numerosi testi in ungherese, a testimonianza dell'influenza che un tempo l'Ungheria aveva sulla vita pubblica della città.

Sebbene Fiume facesse parte di quello che una volta era conosciuto come l'Impero asburgico e in seguito come Impero austro-ungarico, i testi scritti in tedesco sono relativamente pochi.

D'altro canto, i nomi e i cognomi che si trovano nei cimiteri di Fiume sono testimonianza del fatto che gli abitanti della città provenivano da tutte le aree dell'Impero austro-ungarico.

Tornando indietro di oltre un secolo troviamo delle insegne in latino. Il latino ha mantenuto la sua presenza nel paesaggio linguistico fiumano tramite incisioni sia sotto il rosone di una chiesa sia su vari edifici pubblici.

È alquanto raro a Fiume vedere altre lingue oltre a quelle sopra menzionate. Ove presenti, solitamente si tratta di lingue come il francese, lo spagnolo, il giapponese o il cinese utilizzate nei nomi e nelle insegne di ristoranti o nei nomi di rivenditori specializzati.

Ci sono, tuttavia, caratteristiche che rimandano alla presenza di altre lingue, come abbiamo visto dalle immagini delle insegne donate dalle città gemellate con Fiume o dall'insegna della nuova moschea cittadina.

Quando abbiamo deciso di intraprendere questo studio sul paesaggio linguistico della città avevamo un'ipotesi cardine. La maggior parte degli studi sui paesaggi linguistici nel mondo riporta una notevole presenza dell'inglese, anche in zone in cui la presenza dell'inglese fino alla seconda metà del XX secolo era trascurabile. Questo sviluppo è conseguenza della globalizzazione e del prestigio di cui godono i testi scritti in inglese. Sulla base del corpus delle immagini raccolte possiamo osservare come in molti casi la percezione di questo prestigio sia esagerata, o rappresenti unicamente la proiezione del punto di vista solo di un segmento della popolazione.

In quasi tutti gli esempi riportati, lo stesso contenuto referenziale del testo in inglese avrebbe potuto essere espresso nella rispettiva variante linguistica locale senza alcuna differenza di valore espressivo del contenuto. In molti casi e con un diverso approccio nei confronti della creatività linguistica, si può ottenere lo stesso successo di marketing tramite l'uso di vernacoli locali o del dialetto.

In quanto città portuale, a Fiume la presenza dell'inglese si è fatta sentire fin dal XIX secolo. Dalla fine del secolo, ma soprattutto dal periodo dopo la Seconda Guerra Mondiale l'influenza dell'inglese è notevolmente aumentata, come in molti altri paesi.

Come dimostra la letteratura scientifica, nel XXI secolo l'inglese continua ad occupare un posto di rilievo nel 'paesaggio linguistico globale.' La presenza dell'inglese in insegne monolingui in località e aree altrimenti non anglofone, dove l'inglese non è la lingua del posto, ne è la prova. Avevamo ipotizzato che questo potesse essere il caso di Fiume.

Questa ipotesi è stata solo in parte confermata. Quello che abbiamo riscontrato è che il numero di insegne solo in inglese è decisamente basso. In alcuni casi la loro presenza era prevedibile, come nel caso delle insegne in inglese sulle facciate dei negozi di souvenir. Le insegne bilingui

sono per lo più in croato e inglese, ma la loro funzione e il loro numero complessivo sono alquanto ridotti e si limitano per lo più alla pubblicità di prodotti o servizi. Osservando le insegne scritte in più lingue si nota che l'inglese è in genere seguito dal croato, a sua volta seguito da un'altra lingua internazionale importante quale il tedesco o l'italiano. Le insegne scritte in quattro lingue o in più di quattro lingue di solito sono cartelli informativi per turisti o insegne pubblicitarie.

Abbiamo notato, tuttavia, che la designazione di alcuni tipi di servizi a volte compare solo nella sua forma in inglese, come per esempio *Beauty studio*, che è diverso dal termine croato equivalente, ancora in uso fino alla fine del XX secolo, ovvero *Kozmetički salon* (centro estetico).

Un altro aspetto interessante è l'adattamento e la combinazione della forma grafemica di alcuni termini inglesi con quelli locali. Per esempio, non potevamo evitare di commentare la creatività evidente in alcuni termini come *Beertija*, pronunciato come *Birtija* (un termine croato che significa 'pub' o 'bar') o *Boonker* che la maggior parte dei croati pronuncia come *Bunker*. Un altro esempio è *kolach* riferito a 'dolce' laddove il segno diacritico del termine in croato standard *kolač* è stato omesso intenzionalmente.

Ovviamente le nostre conclusioni si basano sulla situazione attuale da noi documentata. Ciò non significa che Fiume in futuro non vedrà un incremento della presenza di insegne in inglese nei luoghi pubblici, come è avvenuto in altri centri urbani.

Avevamo ipotizzato che, se oltre all'uso delle diverse lingue avessimo analizzato anche l'uso dei diversi alfabeti, avremmo riscontrato esempi in glagolitico almeno sulle isole se non nella stessa città di Fiume. L'ipotesi è stata confermata: il numero di testi scritti in glagolitico a Fiume sono relativamente pochi, mentre il numero di testi riscontrati sulle isole, soprattutto a Veglia e Cherso, è decisamente maggiore.

Oltre alla funzione di fornire informazioni referenziali, le insegne commerciali hanno anche lo scopo di attirare l'attenzione. Si potrebbe, pertanto, fare una campagna a favore di un uso oculato del glagolitico, sicuramente intrigante per molti.

Per quanto riguarda la pubblicità, l'uso del vernacolo e di forme dialettali si è dimostrato efficace, e lo si riscontra sui grandi cartelloni pubblicitari che si trovano a Fiume e dintorni. Allo stesso tempo non abbiamo

rilevato un numero consistente di testi scritti esclusivamente in ciacavo, il dialetto locale croato, mentre esempi dell'uso del dialetto locale italiano, il fiumano, sono ancora più rari.

È stato più facile invece trovare testi che contenevano caratteristiche dialettali e addirittura interi brani in dialetto nelle zone limitrofe a Fiume, in particolare nelle aree rurali. Questo ha confermato la nostra ipotesi sul maggior uso del dialetto nelle aree regionali o rurali, nei testi scritti così come nel parlato.

In relazione ai graffiti, l'ipotesi che avremmo riscontrato un uso preminente del vernacolo e dell'inglese si è rivelata corretta.

A Fiume lo sport svolge un ruolo importante nella creazione di un senso di identità, e avevamo ipotizzato che i graffiti e gli altri testi 'trasgressivi' scritti da tifosi sportivi avrebbero contenuto elementi del dialetto locale. Questo, tuttavia, non è stato il caso, e ne abbiamo riscontrato solo pochi esempi. In uno dei capitoli di questo libro abbiamo mostrato l'immagine del motto della squadra di calcio dell'Orijent che è in dialetto ciacavo: *Pikala se takala se bala sa Sušaka*, 'È stato preso a calci e sbattuto a terra – il pallone di Susak'. Un altro esempio dell'uso del dialetto è il grido, *Važ je naš!* 'Il vaso di metallo è nostro! [la coppa]' che si sente in giro per Fiume ogni qualvolta il Rijeka vince qualche trofeo. La maggior parte dei graffiti fatti dall'*Armada*, lo zoccolo duro della tifoseria fiumana, è in croato standard.

Fiume è collocata in una zona che nella storia ha subito turbolenze non solo climatiche per via dei forti venti, delle piogge abbondanti e del tempo mutevole, ma anche turbolenze politiche importanti. Mentre il croato è regolarmente usato nelle insegne ufficiali e in quelle di natura privata o commerciale, abbiamo appurato che le insegne bilingui sono alquanto comuni, con il croato usato insieme all'inglese o all'italiano. Su insegne più grandi destinate ai turisti invece è facile riscontrare l'uso di più lingue.

Per secoli Fiume ha fatto parte di una più grande entità politica multiculturale e multilingue, ovvero l'Impero asburgico, successivamente divenuto Impero austro-ungarico. A seguito della presenza di questa entità politica abbiamo rilevato un certo numero di lingue nelle insegne ufficiali dell'epoca, così come su monumenti e targhe commemorative. Insieme al croato, abbiamo rilevato testi scritti in italiano, ungherese, tedesco, latino e altre lingue. Come affermato in precedenza, l'uso di

forme dialettali o dell'antico alfabeto croato, il glagolitico, è raro e di solito si riscontra principalmente nelle aree più periferiche della Regione Litoraneo-Montana.

Questo libro riflette la nostra visione del paesaggio linguistico fiumano in quanto autori del testo che state leggendo e delle fotografie in esso contenute. Le fotografie pubblicate in questo libro ritraggono immagini estemporanee catturate nell'arco degli ultimi anni in questa città che è un 'fiume' non solo a livello di toponomastica. Quando abbiamo selezionato le immagini da includere nel presente volume abbiamo scientemente deciso di escludere testi con contenuti espressamente politici quali messaggi di campagne elettorali, così come testi contenenti esempi di linguaggio scurrile gratuito o di incitamento all'odio. Speriamo che dopo aver letto questo libro i lettori vorranno passeggiare per Fiume, e integrare le immagini qui presenti con la loro percezione della città.

Bibliografia

- Adnews. (2017). *Four'N Twenty pies launches Aussie Slang words campaign*. <https://www.adnews.com.au/campaigns/four-n-twenty-pies-launches-aussie-slang-words-campaign> (19. 4. 2020)
- Aiestaran, J., Cenoz, J. & Gorter, D. (2010). Multilingual cityscapes: Perceptions and preferences of the inhabitants of the city of Donostia-San Sebastian. In: E. Shohamy, M. Barni & E. Ben-Rafael (Eds.) *Linguistic Landscape and Transnationalism: Focus on the City*. Bristol: Multilingual Matters. 219-234.
- Atkin, A. (2013). Peirce's Theory of Signs. In: E. N. Zalta (Ed.) *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. (Summer 2013 Edition) <https://plato.stanford.edu/archives/sum2013/entries/peirce-semiotics/> (19. 4. 2020)
- Backhaus, P. (2007). *Linguistic Landscapes. A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Bristol: Multilingual Matters.
- Backhaus, P. (2008). Rules and Regulations in Linguistic Landscaping. A Comparative Perspective. In: E. Shohamy & D. Gorter (Eds.) *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. London and New York: Routledge. 157-172.
- Barni, M., & Bagna, C. (2008). A mapping technique and the linguistic landscape. In: E. Shohamy & D. Gorter (Eds.) *Linguistic Landscape*. London and New York: Routledge. 166-180.
- Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Amara, M., & Trumper-Hecht, N. (2004). *Linguistic Landscape and Multiculturalism. A Jewish-Arab Comparative Study*. Tel Aviv: Tami Steinmetz Center for Peace Research.
- Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Amara, M., & Trumper-Hecht, N. (2006). Linguistic landscape as a symbolic construction of the public space. The case of Israel. *International Journal of Multilingualism*. 3(1), 7-30.
- Bhatia, T. (1987). English in advertising: multiple mixing and media. *World Englishes*. 6(1), 33-48.
- Binder, T. (2006). *Njemačke posuđenice u hrvatskom govoru Osijeka*. (preveo V. Petrović) [*German loanwords in the Croatian vernacular of the city of Osijek*. transl. by V. Petrović]. Zagreb: FF Press.
- Blackwood, R. (2015). Peripherality in the Border Areas: Trieste and Northern Catalonia. In: R. Blackwood & S. Tufi (Eds.) *The Linguistic Landscape of the Mediterranean*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan. 75-1-3.
- Blommaert, J. (2013). *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Bristol: Multilingual Matters.

- Blommaert, J. (2016). "Meeting of Styles" and the online infrastructures of graffiti. *Applied Linguistics Review*. 7(2), 99-115.
- Blommaert, J. & Maly, I. (2014). Ethnographic linguistic landscape analysis and social change: A case study. *Tilburg Papers in Culture Studies*. Paper 100.
- Calvet, L.-J. (1994). *Les voix de la ville: Introduction à la sociolinguistique urbaine*. [The voices of the city: An introduction to urban sociolinguistics.] Paris: Payot et Rivages.
- Cenoz, J., & D. Gorter. (2006). Linguistic landscape and minority languages. *International Journal of Multilingualism*. 3, 67-80.
- CLF [Conseil de la langue française]. (2000). *La langue de l'affichage à Montréal de 1997 à 1999*. [The language of signage in Montreal from 1997 to 1999.] Quebec: Conseil de la langue française.
- Ćosić, V. & Mahnić-Ćosić, A. (2001): *Zadarski jezični krajolici. Imena tvrtki u Zadarskoj županiji*. [Zadar's linguistic landscapes. The names of businesses in Zadar County]. Zadar: Matica hrvatska.
- Domke, Christine. (2018). Multimodality in the City: On the Media, Perception and Locatedness of Public Textscapes. In: M. Pütz & N. Mundt (Eds.). *Expanding the Linguistic Landscape Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*. Bristol: Multilingual Matters. 115-131.
- Durin, S. (1999). Reklamna poruka. [The Advertising Message.] In: L. Badurina, N. Ivanetić, B. Pritchard & D. Stolac (Eds.). *Teorija i mogućnosti primjene pragmalinguistike*. [Theory and Possibilities of Applied Pragmalinguistics.] Zagreb – Rijeka: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku. 203–219.
- Edelman, L. (2006). The linguistic landscape of Kalverstraat A pilot study. In: T. Koole, J. Nortier & B. Tahitu (Eds.) *Artikelen van de Vijfde sociolinguïstische conferentie* [Fifth Sociolinguistics Conference.] Delft: Eburon. 148-155.
- Edelman, L. (2010). *Linguistic Landscapes in the Netherlands – A Study of Multilingualism in Amsterdam and Friesland*. Utrecht: LOT.
- Garrett, P. (2010). *Attitudes to Language*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Gorter, D. (Ed.) (2006): *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*. Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- Gorter, D., Aiestaran, J. & Cenoz, J. (2012). The revitalization of Basque and the linguistic landscape of Donostia-San Sebastián. In: D. Gorter, H. Marten & L. Van Mensel (Eds.) *Minority languages in the linguistic landscape*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan. 148-163.
- Gradečak-Erdeljić, T. – Zlomislić, J. (2014): Linguistic landscape in the city of Osijek. *HUM – časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*. [HUM – Journal of the Faculty of Arts, University of Mostar.] IX(11-12), 7-37.
- Grbavac, I. (2012): Pregled istraživanja jezičnoga krajobraza. [An overview of linguistic landscape studies] *HUM – časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*. [HUM – Journal of the Faculty of Arts, University of Mostar.] VII(9), 67-89.
- Grbavac, I. (2013). Linguistic landscape in Mostar. *Jezikoslovlje*. 14 (2-3), 501-515.
- Grbavac, I. (2014). Promjene u jezičnom krajobrazu Mostara nakon 1992. godine: sinkronijski presjek. [Post-1992 changes in Mostar's linguistic landscape: A synchronic-focused cross-sectional study] In: A. Peti-Stantić, M. Stanojević & G. Antunović (Eds.). *Standardni jezici i sociolekti u 21. stoljeću, Zbornik radova s međunarodnoga znanstvenoga skupa Hrvatskog društva za primijenjenu lingvistiku* [Standard languages and sociolects in the 21st century. Conference proceedings of the Croatian Society for Applied Linguistics] Zagreb: Srednja Europa, Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 101-118.
- Grbavac, I. (2018). *Uvod u istraživanja jezičnoga krajobraza*. [An introduction to the study of linguistic landscapes] Mostar: Filozofski fakultet.
- Grbavac, I., Jaspaert, K. & Slowinska, D. (2015). The Linguistic Landscapes of Mostar and Leuven: A Comparative Study. In: A. Akbarov (Ed.) *The Practice of Foreign Language Teaching: Theories and Applications*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing. 255-268.
- Griffin, J. (2004). The presence of written English on the streets of Rome. *English Today*. 20, 3-7.
- Holmes, J. & Wilson, N. (2017). *An introduction to sociolinguistics*. [Fifth Edition]. London: Routledge.
- Hornsby, M. & Vigers, D. (2012). Minority Semiotic Landscapes: An Ideological Minefield? In: D. Gorter, H. Marten & L. Van Mensel (Eds.) *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan. 57-73.
- Hu, Y.-H. (2018). Multilingual Audio Announcements: Power and Identity. In: M. Pütz, N. Mundt (Eds.) *Expanding the Linguistic Landscape Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*. Bristol: Multilingual Matters. 132-152.
- Huebner, T. (2006). Bangkok's linguistic landscapes: Environmental print co-demixing and language change. *International Journal of Multilingualism*. 3(1): 31-51.
- Jaworski, A. & Thurlow, C. (2010). Introducing semiotic landscapes. In: A. Jaworski & C. Thurlow (Eds.) *Semiotic landscapes: Language, image and space*. London & New York: Continuum. 1-40.
- Jaworski, A. (2012). Metrolingual art: Multilingualism and heteroglossia. *International Journal of Bilingualism*. 18(2): 134-158.

- Jernej Pulić, M. (2016). *Jezik kao kapital u istarskom multikulturalnom okruženju*. (doktorski rad, rkp.) [Language as a form of capital in the multicultural region of Istria. PhD thesis, manuscript]. Zagreb: Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
- Kordić, Lj., Čuljak, A. & Bionda, A. (2014). Jezični krajobraz grada Osijeka – komparativni pristup. [A linguistic landscape of the city of Osijek: a comparative approach] In: A. Peti-Stantić, M. Stanojević & G. Antunović (Eds.). *Standardni jezici i sociolekti u 21. stoljeću, Zbornik radova s međunarodnoga znanstvenoga skupa Hrvatskog društva za primijenjenu lingvistiku* [Standard languages and sociolects in the 21st century. Conference proceedings of the Croatian Society for Applied Linguistics] Zagreb: Srednja Europa, Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku. 77-100.
- Kuna, B. & Kostanjevac, D. (2011). O hibridnom jeziku u reklamama, [Observations on the use of hybrid language in advertising signs] In: V. Karabalić, M. Aleksa Varga & L. Pon (Eds.) *Diskurs i dijalog: Teorije, metode i primjene* [Discourse and dialogue: theories, methods and applications] Osijek: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku i Filozofski fakultet u Osijeku, Osijek. 207–222.
- Labov, W. (1972). *Sociolinguistic Patterns*. Oxford: Blackwell.
- Landry, R. & Bourhis, R. Y. (1997) Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality. An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*. 16(1): 23-49.
- Lock, G. (2003). Being international, local and Chinese: Advertisements on the Hong Kong Mass Transit Railway. *Visual Communication*. 2(2): 195-214.
- Lou, J. J. (2016). *The Linguistic Landscape of Chinatown: A Sociolinguistic Ethnography*. Bristol: Multilingual Matters.
- Makartsev, M. & Wahlström, M. (Eds.) (2016). *In Search of the Center and Periphery: Linguistic Attitudes, Minorities, and Landscapes in the Central Balkans*. Slavica Helsingiensia 49, Helsinki: University of Helsinki.
- Marten, H. (2012). 'Latgalian is not a language': Linguistic landscapes in Eastern Latvia and how they reflect centralist attitudes. In: D. Gorter, H. Marten & L. Van Mensel (Eds.) *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan. 19-35.
- Matejčić, R. (1988). *Kako čitati grad*. [How to read a city] Rijeka: Izdavački centar Rijeka.
- Mezgec, M. (2016). Linguistic Landscape as a Mirror: the Case of the Slovene Minority in Italy. *Treatises and Documents. Journal of Ethnic Studies / Razprave in gradivo. Revija za narodnostna vprašanja*. 77: 67–86.
- Milroy, L. (1980). *Language and Social Networks*. Oxford: Blackwell.
- Mitchell, T. (2010). A Latino community takes hold: Reproducing semiotic landscapes in media discourse. In: A. Jaworski and C. Thurlow (Eds.) *Semiotic landscapes: Language, image, space*. London and New York: Continuum. 168-186.
- Müller, U. (1988) Empfehlungen für Gleichberechtigung von Frauen und Männern in der Sprache einer Kommunalverwaltung [Recommendations for male-female equality in the language use of a municipal administration]. *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 16: 323.
- Nöth, W. (2004): *Priručnik semiotike* [A handbook of semiotics] Zagreb: Ceres.
- ORF [Österreichischer Rundfunk] (2015). Der Kampf um die Stammtischhoheit. [The battle for the hearts and minds of ordinary people] <https://orf.at/v2/stories/2301769/2301771/> (19. 4. 2020)
- Papen, Uta. (2012). Commercial discourses, gentrification and citizens' protest: The linguistic landscape of Prenzlauer Berg, Berlin. *Journal of Sociolinguistics* 16(1): 56-80.
- Pappenhagen, R. Scarvaglieri, C. & Redder, A. (2016) Expanding the linguistic landscape scenery? Action theory and "linguistic soundscaping". In: R. Blackwood, E. Lanza & H. Woldemariam (Eds.) *Negotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*. 147-162.
- Pauwels, A. (1991). *Non-Discriminatory Language*. Canberra: Australian Government Publishing Service.
- Pauwels, A. (1998) *Women Changing Language*. London: Longman.
- Pavlenko, A. (2010). Linguistic landscape of Kyiv, Ukraine: A diachronic study. In: E. Shohamy, E. Ben-Rafael and M. Barni (Eds.) *Linguistic Landscape in the City*. Bristol: Multilingual Matters. 133-150.
- Pavlenko, A. (2012). Transgression as the Norm: Russian in Linguistic Landscape of Kyiv, Ukraine. In: D. Gorter, H. Marten and L. Van Mensel (Eds.) *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan. 36-56.
- Peck, A. & Williams, Q. (2019). Skinscapes with Frictions: an Analysis of Zef Hip Hop "Stoeka Style" Tattoos. In: A. Peck, C. Stroud & Q. Williams (Eds.) *Making sense of people and place in linguistic landscapes*. London: Bloomsbury Academic UK. 91-106.
- Pennycook, A. (2009). Linguistic landscapes and the transgressive semiotics of graffiti. In: E. Shohamy & D. Gorter *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery* (Eds.) New York: Routledge. 302-312.
- Pennycook, A. (2018). Linguistic Landscapes and Semiotic Assemblages. In: M. Pütz, N. Mundt (Eds.). *Expanding the Linguistic Landscape Linguistic Diversity, Multimodality and the Use of Space as a Semiotic Resource*. Bristol: Multilingual Matters. 75-88.

- Petrović, V. (Ed.) (2001). *Essekerisch. Das Osijeker Deutsch*. ['Essekerisch. The local German vernacular of the city of Osijek'] Wien: Edition Praesens.
- Radaviciute, J. (2017). Linguistic landscape of Tbilise: a case study of graffiti. *Respectus Philologicus*. 32(37): 80-90.
- Rončević, M. (2019). *Jezični krajolik grada Rijeke između prošlosti i sadašnjosti*. (doktorski rad, rkp.) [*Linguistic landscape of the city of Rijeka between past and present*. PhD thesis, manuscript]. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.
- Rosenbaum, Y., Nadel, E., Cooper, R. & Fishman, J. (1977). English on Keren Kayemet Street. In: J. Fishman, R. Cooper & A. Conrad (Eds.) *The Spread of English*. Rowley, MA: Newbury House. 179-196.
- de Saussure, F. (1916). *Course in General Linguistics*. [trans. By W. Baskin] In: C. Bally, A. Seehay & A. Riedlinger (Eds.) London: McGraw-Hill.
- Scollon, R. and Wong Scollon, S. (2003). *Discourses in Place: Language in the Material World*. London and New York: Routledge.
- Scotti Jurić, R. (2007). Interkulturalna komunikacija u Istri: koegzistencija identiteta. [Intercultural communication in Istria: a co-existence of identities] In: J. Granić (Ed.). *Jezik i identiteti* [*Language and identities*] Zagreb, Split: HDPL. 559-567.
- Shohamy, E. & Ghazaleh-Majajneh, M. (2012). Linguistic landscape as a tool for interpreting language vitality: Arabic as a 'minority' language in Israel. In: D. Gorter, H. Marten & L. Van Mensel (Eds.) *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan. 89-108.
- Shohamy, E. & Gorter, D. (Eds.) (2009). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. New York: Routledge.
- Shohamy, E., Ben-Rafael, E. & Barni, M. (Eds.) (2010). *Linguistic Landscape in the City*. Bristol: Multilingual Matters.
- Singh, U. (2002). Linguistic landscaping: and overview. In: N. Itagi & S. Singh (Eds.) *Linguistic Landscaping in India with Particular Reference to the New States. Proceedings of a Seminar*. Mysore: Central Institute of Indian Languages and Mahatma Gandhi International Hindi University. 7-19.
- Sloboda, M., Szabó Gillinger, E., Vigers, D. & Šimičić, L. (2010). Carrying out a language policy change: advocacy coalitions and the management of linguistic landscape. *Current Issues in Language Planning*. 11(2): 95-113.
- Sloboda, M. (2009). State Ideology and Linguistic Landscape. A Comparative Analysis of (Post)communist Belarus, Czech Republic and Slovakia. In: E. Shohamy & D. Gorter (Eds.). *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. New York: Routledge. 213-228.
- Spender, D. (1980). *Man made language*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Spolsky, B. & Cooper, R. (1991). *The Languages of Jerusalem*. Oxford: Clarendon Press.
- Spolsky, B. (2006). *Language Policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Stolac, D. (1996). Nazivi ulica u Rijeci u prošlosti i danas. [The names of streets in Rijeka in the past and today.] In: P. Odaloš (Ed.) *Urbanonymá a kontexte histórie a súčasnosti*. [Urbanonymy in the context of history and the present] Banská Bystrica – Bratislava: Pedagogická Fakulta Univerzity Mateja Bela. 235-242.
- Stolac, D. & Vlastelić, A. (2014). *Jezik reklama*. [The language of advertisements]. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada i Filozofski fakultet u Rijeci.
- Stolac, D. (2018). Reklame i jezični krajolik. [Advertisements and the linguistic landscape] In: D. Stolac i A. Vlastelić (Eds.) *Jezik i njegovi učinci*. [Language and its effects] Zagreb: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku i Srednja Europa, 301-316.
- Stolac, D. & Hlavac, J. (in preparation): Gender equality and the formalisation of occupational designations in Croatian with reference to word formation conventions.
- STRUNA [Hrvatsko strukovno nazivlje / Croatian terminology portal] (n.d.) Natuknica za pretraživanje: jezični krajolik [Keyword search: jezični krajolik 'linguistic landscape'] www.struna.ihj.hr/naziv/jezicni-krajolik/21442/#naziv (22.4.2021)
- Szabó Gillinger, E., Sloboda, M., Šimičić, L. & Vigers, D. (2012). *Discourse coalitions for and against minority languages on signs: linguistic landscape as a social issue*. In: D. Gorter, H. Marten & L. Van Mensel (Eds.) *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan. 263-281.
- Šamo, R. & Pliško, L. (2018). The Linguistic Landscape in the Brijuni National Park. *HUM – časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*. [HUM – Journal of the Faculty of Arts, University of Mostar.] XIII(20): 66-86.
- Šimičić, L. & Bilić Meštrić, K. (2018). *Arbanaški na raskrižju. Vitalitet i održivost jednog manjinskog jezika*. [Arbanaški at the cross-roads. The vitality and the sustainability of a minority language]. Zagreb: Srednja Europa.
- Šimunković, Lj. (1996). *Mletački dvojezični proglašeni u Dalmaciji u 18. stoljeću*. [Bilingual declarations issued by the Republic of Venice in Dalmatia in the eighteenth century] Split: Književni krug.
- Tulp, S. (1978). Reclame en tweetaligheid: Een onderzoek naar de geografische verspreiding van franstalige en nederlandstalige affiches in Brussel. [Advertising and bilingualism: An investigation into the geographical distribution of French and Dutch posters in Brussels.] *Taal en sociale integratie*. [Language and Social Integration] 1. 261-288.

Udier, S. L. (2006). O jeziku reklame. [On the language of advertising] In: J. Granić (Ed.), *Jezik i mediji – jedan jezik: više svjetova*. [Language and the media – one language: many worlds] Zagreb – Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku. 711–721.

Vrcić-Mataija, S. & Grahovac-Pražić, V. (2006). Skrb za jezik na javnim gradskim prostorima. [Awareness of language use in urban public spaces] *Jezik: časopis za kulturu hrvatskoga književnog jezika*, [Jezik 'Language': Journal on issues to do with the Croatian literary language] 53: 177-187.

Vuković, P. (2012). Jezični krajobraz Subotice [A linguistic landscape of Subotica] *Godišnjak za znanstvena istraživanja* [Yearbook of Scientific Research] 4, 163-178.

Wenzel, V. (1996). Reclame en tweetaligheid in Brussel: Een empirisch onderzoek naar de spreiding van Nederlandstalige en Franstalige affiches. [Advertising and bilingualism in Brussels: An empirical study of the distribution of Dutch and French notices]. In Vrije Universiteit Brussel (Ed.) *Brusselse thema's 3*. [Brussels Themes 3]: Brussels: Vrije Universiteit. 45-74.

Yanguas, I. (2009). The Linguistic Landscape of Two Hispanic Neighborhoods in Washington D.C., *Revista Electrónica de Lingüística Aplicada*, 8, 30-44.

Youtube. (2017). *Save Our Slang – SOS*. https://www.youtube.com/watch?time_continue=20&v=iuaPaZ0pEhQ&feature=emb_logo (10. 5. 2020)



Quando il secondo autore, Jim Hlavač, è stato a Fiume come *Guest Lecturer* per un simposio di ricercatori presso l'Università degli Studi di Fiume, il primo autore, Diana Stolac, ha abbozzato l'idea che Fiume e il suo paesaggio linguistico potessero essere oggetto di un progetto di ricerca. È lì che tutto ha avuto inizio, e questa foto scattata nel *Corso* di Fiume documenta quel momento. Sono poi seguite la rilevazione, la raccolta, la collocazione e la descrizione di fotografie e altre immagini. Gli autori hanno potuto contare sulla collaborazione di amici e colleghi di Diana Stolac che qui ringraziamo sentitamente: Adriana, Anastazija, Biljana, Danijela, Gianna, Kristian e molti altri.

Nota sugli autori:

La Professoressa **Diana Stolac** lavora nel Dipartimento di Lingua e Letteratura Croata della Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Fiume. I suoi ambiti di ricerca sono: linguistica storica, sintassi, slavistica, terminologia, sociolinguistica, eredità linguistica nella diaspora croata, paesaggio linguistico e linguaggio della pubblicità. È autrice di sette libri e oltre 150 articoli scientifici. Ha guidato numerosi gruppi di ricerca in svariati progetti nell'ambito della sociolinguistica e della terminologia marittima e attualmente è responsabile di un progetto sulla storia del croato standard. Ha anche partecipato a uno studio sulla manipolazione linguistica nello slovacco. È membro del Comitato di Sociolinguistica e del Comitato di Stilistica del prestigioso Comitato Internazionale degli Slavisti. Dal 2007 è direttrice del Programma di Studi di Dottorato e Post-Dottorato della Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università degli Studi di Fiume in 'Storia e Dialettologia della Lingua Croata'. È membro dei comitati editoriali delle seguenti riviste scientifiche: *Fluminensia*, *Croatian Studies Review* e *Zeszyty Cyrilo-Methodiańskie / Cyrilo-Methodian Papers*.

Il Dr. **Jim Hlavac** è docente di Studi di Traduzione e Interpretariato presso la Monash University di Melbourne, dove insegna alla specialistica di Interpretariato e Traduzione. È traduttore e interprete certificato in croato, tedesco e inglese. È autore e coautore di tre libri, coeditore di tre volumi, e autore o coautore di 53 articoli e 18 capitoli di libri. Ha pubblicato in maniera estensiva nell'ambito degli Studi di Traduzione e Interpretariato e in discipline correlate quali multilinguismo, linguistica di contatto, comunicazione interculturale, pragmatica, e mantenimento delle lingue minoritarie.

Nota sul traduttore:

Il Dr. **Angela Tiziana Tarantini** ha conseguito il dottorato in Studi di Traduzione e Interpretariato presso la Monash University, dove ha lavorato come tutor per numerosi corsi in Traduzione e Interpretariato, Linguistica e Italianistica sia durante che dopo il suo dottorato, portato a termine nel 2017. È un'interprete certificata per inglese / italiano, e le sue traduzioni in italiano di opere letterarie sono state pubblicate da riviste specializzate. È autrice di una monografia sulla traduzione teatrale ed autrice o co-autrice di 9 articoli scientifici e di un capitolo di un libro (inoltre, due articoli scientifici e due capitoli in edizioni specializzate sono attualmente in revisione). Ha pubblicato articoli su svariati argomenti quali la traduzione del dialogo teatrale, il teatro australiano contemporaneo, e le lingue e i dialetti parlati dalla comunità italo-australiana. È anche l'autrice principale di un manuale per insegnare fonetica inglese nella scuola primaria (in italiano). Attualmente è ricercatrice presso l'Università di Cardiff grazie a una prestigiosa borsa di ricerca Marie Curie. L'oggetto di studio del suo progetto è l'interpretazione della musica nella lingua dei segni come pratica traduttiva e performativa.



Università degli Studi di Fiume
Facoltà di Lettere e Filosofia

Fiume 2022

Tutte le comunità hanno l'abitudine di documentare la propria esistenza, sia in momenti diversi che in relazione a determinate aree geografiche. È inoltre desiderio di ogni comunità che la propria esistenza sia documentata alla stessa stregua di altri fenomeni. La cornice teorica del paesaggio linguistico offre un approccio formale e strutturato per documentare le comunità. Mettendo in primo piano una panoramica diacronica e sincronica del paesaggio linguistico di Fiume e dintorni, questo testo offre molto più di una semplice istantanea delle caratteristiche di una città e utilizza un approccio metodologico attuale nella descrizione e nella discussione di un vasto corpus di dati visivi e di testi. Con la sua esauriente analisi degli aspetti rilevanti per la ricerca sul paesaggio linguistico, questo libro è all'altezza delle principali monografie e raccolte di saggi pubblicate in questo campo negli ultimi anni.

Prof.ssa Tanja Gradečak (Università di Osijek)

Fiume è una città con un ricco patrimonio multiculturale e multilingue. In diversi momenti il latino, l'ungherese e il francese sono state lingue ufficiali della città, così come l'italiano. Tutte queste lingue sono coesistite a fianco del croato e dei vernacoli locali come il dialetto ciacavo, e in questo scenario l'inglese è l'aggiunta più recente e cospicua. Questo testo, che nella prefazione fornisce una panoramica delle lingue che hanno fatto parte dell'identità linguistica fiumana in diversi periodi, ci offre una descrizione vivida e dettagliata dell'attuale identità linguistica della città. Essendo la prima monografia sul paesaggio linguistico fiumano, questo libro analizza in dettaglio le differenze e le similitudini nell'uso e nella funzione dei vari codici linguistici, e nel contesto in cui sono stati rilevati nella città e nella limitrofa Regione Litoraneo-Montana. Il libro è una gradita aggiunta alla letteratura scientifica sulla sociolinguistica croata e un ottimo esempio di ricerca accademica accessibile a un ampio pubblico.

Prof.ssa Associata Anastazija Vlastelić (Università di Fiume)

