



Furlan jo mame

**UNIVERSITÀ. Piace ai
giovani la campagna
di promozione della
marilenghe**

FURLAN JO MAME

Un'indagine del Cirf
sull'impatto
della campagna
di promozione della
marilenghe voluta
dall'Università
nei cinema del Friuli.

Può il friulano spendersi nel mondo della ricerca e della tecnologia? I friulani come reagiscono all'ascolto promozionale di questa lingua? C'è un futuro per la marilenghe?

A questi interrogativi ha cercato di rispondere l'indagine effettuata dal Centro interdipartimentale di ricerca sulla cultura e la lingua del Friuli dell'Università di Udine, per sondare l'effetto della campagna pubblicitaria dedicata al friulano e il livello di sensibilità dei friulani alla lingua.

L'ateneo infatti ha avviato una vasta campagna di comunicazione della lingua friulana, associandola al mondo della ricerca, della tecnologia e della scienza. In questa operazione la marilenghe si è dimostrata particolarmente dinamica, rivelandosi viva e di un certo peso.

Individuato lo slogan, $F=mc^2$, ovvero Furlan = mieç di comunicazion al cuadrat, il Cirf, ha deciso di promuovere la campagna sugli autobus extraurbani, attraverso segnalibri, cartoline e adesivi, nelle radio e nei cinema, con degli spot a tema, da introdurre nella regolare programmazione pubblicitaria. In particolare lo spot nei cinema è stato trasmesso nei mesi di novembre e dicembre 2006, per ben 4.800 volte in otto cinematografi del Friuli, precisamente nella multisala Cineplex di Martignacco, al Visionario e al Centrale di Udine, al Cinema sociale di Gemona, al David di Tolmezzo, al Cinema Italia di Pontebba; al Cinemazero di Pordenone e nella Multisala Kinemax

Vittoria di Gorizia. "Un'iniziativa innovativa - come l'ha definita il rettore Furio Honsell - in cui il friulano esce con rinnovata freschezza e dimostra di esse-



re ancora una lingua viva ed attuale. È importantissimo in questo senso che il friulano venga insegnato a

scuola come lingua veicolare, perchè rappresenta la ricchezza di un territorio come il nostro, in cui il plurilinguismo è una fortuna che altri non hanno".

Per capire il valore di quest'operazione, il Cirf ha inteso valutare attraverso dei sondaggi all'uscita dei cinema le reazioni degli utenti che si trovavano inaspettatamente a fruire del messaggio promozionale in friulano.

Così sono state intervistate 377 persone, su cui ha leggermente prevalso la componente maschile, circa il 54 per cento degli intervistati. Di queste ben sette persone su dieci provenivano dalla provincia di Udi-

ne, due da Gorizia e provincia e una da Pordenone. Quasi insignificante invece la presenza di interlocutori da fuori

Friuli. Più della metà degli intervistati erano diplomati, e di questi un quarto laureato, dal punto di vista delle

professioni, circa sette su dieci appartenevano alla categoria dei "colletti bianchi". Infine, circa metà campione ha dichiarato di usare regolarmente o occasionalmente la lingua friulana, mentre possiedono solo una conoscenza passiva circa nove intervistati su dieci.

In sostanza l'indagine ha fatto emergere un forte gradimento ed un accordo generalizzato sulle modalità espressive scelte per promuovere il friulano, ma anche sull'opportunità di uno spot del genere, che non costituirebbe una perdita inutile di denaro. La visione dello spot non ha infastidito assolutamente gli spettatori, anche se non è arrivata a condizionare una sensazione di vero orgoglio. Allo stesso tempo la parte del sondaggio riservato prettamente alla lingua, ha sottolineato che circa l'80 per cento degli intervistati ritiene opportuno l'insegnamento del friulano ai bambini. Proprio la marilenghe sarebbe per molti una lingua ricca ed espressiva, con grandi potenzialità, spendibili in molti ambiti colloquiali.

I diversi strumenti di questa campagna hanno permesso di raggiungere un pubblico ampio e diversificato, portando lo slogan in tutte le province friulanofone,

Udine, Gorizia e Pordenone.

Proprio le caratteristiche relative alle località nelle quali sono stati raccolti i questionari descrivono al meglio la situazione generale: innanzitutto Gorizia si colloca a sorpresa, insieme a Martignacco come area in cui esiste una maggiore sensibilità ai temi trattati dal sondaggio; mentre Pordenone e Udine risultano più fredde riguardo a certe tematiche. "Non è una novità - spiega Linda Picco del Cirf - a Pordenone ci sono forti influenze che provengono dal vicino Veneto. Mentre Udine, nonostante sia la capitale del Friuli, stenta a prendere coscienza delle proprie radici friulane, volendo mantenere le distanze con il mondo "provinciale" circostante".

Ma l'indagine ha messo in luce anche una profonda disponibilità dei più giovani nei confronti della lingua friulana, riconoscendo le peculiarità e diritti propri, anche se intervistati più adulti sono risultati meno disponibili a certe aperture.

Il sondaggio ha poi evidenziato che esiste una numerosissima fetta di friulani, che conoscono il friulano, ma non lo sanno parlare. "Sarebbe fondamentale - prosegue la dottoressa Picco - che si sensibilizzassero prima questi ultimi, nella speranza di stimolare una vicinanza al friulano, importantissima in termini di politica linguistica. Per questo è necessario l'insegnamento e l'allargamento del friulano nelle famiglie, nelle scuole, nei media e nella pubblica amministrazione, così da tessere un substrato linguistico che permetta di progettare un serio disegno di pianificazione della lingua che colpisca al cuore.

Bisogna essere consapevoli - ha concluso - che il friulano è un bene spendibile, e in questa prospettiva è necessario rafforzare il legame con la lingua".

MARINELLA LIRUSSI

I COMMENTI**Cecotti e Strassoldo**

Mentre cresce la discussione attorno alla riforma della legge regionale di tutela e promozione della lingua e della cultura friulana, i dati del sondaggio del Cirf sono stati come incoraggianti dal sindaco di Udine Sergio Cecotti e dal presidente della Provincia Marzio Strassoldo, intervenuti alla presentazione dei risultati dell'indagine

"I dati della ricerca del

Cirf - ha sottolineato Cecotti - rispondono a quelli che pensano che il friulano non sia un interesse condiviso dalla popolazione, e soprattutto ci danno la forza necessaria a ribadire anche in altre occasioni, come quella che ci vede impegnati a Roma per una migliore programmazione Rai in lingua friulana, la necessità di un impegno vigoroso per la tutela".

Dello stesso avviso anche Strassoldo: "Questi dati ci dicono che si deve investire

nell'insegnamento della lingua perchè c'è un 80 per cento dei friulani che ancora non parla la marilenghe. E' importante poi preservare la ricchezza della lingua, non rinunciando alle inflessioni e alle parlate che le sono proprie, nemmeno nelle occasioni ufficiali. Anch'io continuerò a parlare il mio friulano della Bassa, ma mi impegnerò a scriverlo in koinè così che, l'ufficialità scritta della lingua, sia unica e uguale per tutti".