



**ACTA HISTRIAE**  
*31, 2023, 2*



UDK/UDC 94(05)

ISSN 1318-0185  
e-ISSN 2591-1767



Zgodovinsko društvo za južno Primorsko - Koper  
Società storica del Litorale - Capodistria

# **ACTA HISTRIAE**

## **31, 2023, 2**

KOPER 2023

ISSN 1318-0185  
e-ISSN 2591-1767

UDK/UDC 94(05)

Letnik 31, leto 2023, številka 2

**Odgovorni urednik/  
Direttore responsabile/  
Editor in Chief:**

Darko Darovec

**Uredniški odbor/  
Comitato di redazione/  
Board of Editors:**

Gorazd Bajc, Furio Bianco (IT), Stuart Carroll (UK), Angel Casals Martinez (ES), Alessandro Casellato (IT), Flavij Bonin, Dragica Čeč, Lovorka Čoralčić (HR), Darko Darovec, Lucien Faggion (FR), Marco Fincardi (IT), Darko Friš, Aleš Maver, Borut Klabjan, John Martin (USA), Robert Matijašić (HR), Darja Mihelič, Edward Muir (USA), Žiga Oman, Jože Pirjevec, Egon Pelikan, Luciano Pezzolo (IT), Claudio Povoło (IT), Marijan Premović (MNE), Luca Rossetto (IT), Vida Rožac Darovec, Andrej Studen, Marta Verginella, Salvator Žitko

**Uredniki/Redattori/  
Editors:**

Urška Lampe, Gorazd Bajc, Lara Petra Skela, Marjan Horvat, Žiga Oman

**Prevodi/Traduzioni/  
Translations:**

Lara Petra Skela (angl.), Petra Berlot (it.)

**Lektorji/Supervisione/  
Language Editors:**

Urška Lampe (angl., slo.), Gorazd Bajc (it.), Lara Petra Skela (angl.)

**Izdajatelj/Editori/  
Published by:**

Zgodovinsko društvo za južno Primorsko - Koper / Società storica del Litorale - Capodistria<sup>®</sup> / Inštitut IRRIS za raziskave, razvoj in strategije družbe, kulture in okolja / Institute IRRIS for Research, Development and Strategies of Society, Culture and Environment / Istituto IRRIS di ricerca, sviluppo e strategie della società, cultura e ambiente<sup>®</sup>

**Sedež/Sede/Address:**

Zgodovinsko društvo za južno Primorsko, SI-6000, Koper-Capodistria, Garibaldijeva 18 / Via Garibaldi 18, e-mail: actahistriae@gmail.com; https://zjdp.si/

**Tisk/Stampa/Print:**

Založništvo PADRE d.o.o.

**Naklada/Tiratura/Copies:**

300 izvodov/copie/copies

**Finančna podpora/  
Supporto finanziario/  
Financially supported by:**

Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije / Slovenian Research and Innovation Agency, Mestna občina Koper

**Slika na naslovnici/  
Foto di copertina/  
Picture on the cover:**

*Mlada Čehinja kriči na sovjetske vojake na tanku med invazijo na Češkoslovaško pod sovjetskim vodstvom v Pragi 26. avgusta 1968 (arhiv BettmannGetty Images) / Una giovane donna ceca urla contro i soldati sovietici su un carro armato durante l'invasione della Cecoslovacchia da parte dei sovietici, a Praga il 26 agosto 1968 (Archivio BettmannGetty Images) / A young Czech woman shouts at Soviet soldiers on a tank during the Soviet-led invasion of Czechoslovakia, in Prague on Aug. 26, 1968 (BettmannGetty Images Archive).*

Redakcija te številke je bila zaključena 30. junija 2023.

Revija Acta Histriae je vključena v naslednje podatkovne baze / Gli articoli pubblicati in questa rivista sono inclusi nei seguenti indici di citazione / Articles appearing in this journal are abstracted and indexed in: CLARIVATE ANALYTICS (USA); Social Sciences Citation Index (SSCI), Social Scisearch, Arts and Humanities Citation Index (A&HCI), Journal Citation Reports / Social Sciences Edition (USA); IBZ, Internazionale Bibliographie der Zeitschriftenliteratur (GER); International Bibliography of the Social Sciences (IBSS) (UK); Referativnyi Zhurnal Viniti (RUS); European Reference Index for the Humanities and Social Sciences (ERIH PLUS); Elsevier B. V.; SCOPUS (NL); DOAJ.

To delo je objavljeno pod licenco / Quest'opera è distribuita con Licenza / This work is licensed under a Creative Commons BY-NC 4.0.



Navedila avtorjem in vsi članki in barvni verziji so prosto dostopni na spletni strani: <https://zjdp.si>.  
Le norme redazionali e tutti gli articoli nella versione a colori sono disponibili gratuitamente sul sito: <https://zjdp.si/it/>.  
The submission guidelines and all articles are freely available in color via website [http: https://zjdp.si/en/](https://zjdp.si/en/).



VSEBINA / INDICE GENERALE / CONTENTS

- Boštjan Udovič & Lara Sorgo:** Giuseppe Tartini: soltanto un'attrazione culturale locale o un ponte diplomatico verso gli altri paesi? ..... 183  
*Giuseppe Tartini: Just a Local Cultural Product or a Possible Tool of Slovenian Cultural Diplomacy?*  
*Giuseppe Tartini: lokalna kulturna znamenitost ali sredstvo slovenske kulturne diplomacije do drugih držav?*
- Stanislav Južnič:** The Forgotten Trieste Bishop Wolfgang Weickhard von Rain (1721–1724) and His Relatives ..... 211  
*Il vescovo triestino dimenticato Wolfgang Weickhard von Rain (1721–1724) e la sua famiglia*  
*Pozabljeni tržaški škof Volf Vajkard Rain (1721–1724) in njegovo sorodstvo*
- Polona Tratnik:** “Hansel and Gretel”: The Abandoned Children Become Enlightened Social Subjects ..... 231  
*«Hansel e Gretel»: i bambini abbandonati diventano soggetti sociali illuminati*  
*»Janko in Metka«: zapuščena otroka postaneta razsvetljena družbena subjekta*
- Matteo Perissinotto:** «Nel ‘demi-monde’ della cocaina»: traffico e consumo di cocaina nella Venezia Giulia (1918–1923) ..... 251  
*“In the ‘Demi-Monde’ of Cocaine”: Cocaine Trafficking and Consumption in the Julian March (1918–1923)*  
*»V ,polsvetu‘ kokaina«: trgovina s kokainom in njegova poraba v Julijski krajini (1918–1923)*
- Matic Batič:** Nova govorica prostora: preimenovanja naselij na severnem Primorskem po drugi svetovni vojni (1948–1954) ..... 281  
*Il nuovo linguaggio dell’ambiente: modifiche dei toponimi sul litorale settentrionale sloveno nel secondo dopoguerra (1948–1954)*  
*The New Language of Space: The Renaming of Settlements in Northern Primorska after the Second World War (1948–1954)*

**Blaž Torkar & Stanislav Polnar:** The Impact of the 1968 Prague Spring on Czechoslovak and Yugoslav Military Doctrines ..... 307  
*L'impatto della primavera di Praga del 1968 sulle dottrine militari della Cecoslovacchia e della Jugoslavia*  
*Vpliv praške pomladi 1968 na češkoslovaško in jugoslovansko vojaško doktrino*

**Mila Orlić:** Talijansko javno pamćenje i slika drugog: antislavenski stereotipi u recentnoj historiografiji i književnosti sjevernojadranskog prostora ..... 333  
*Memoria pubblica italiana e rappresentazioni dell'altro: stereotipi antislavi nella recente storiografia e letteratura dell'area alto adriatica*  
*Italian Public Memory and Representations of the Other: Anti-Slavic Stereotypes in Recent Italian Historiography and Literature of the Upper Adriatic Area*

**OCENE**

**RECENSIONI**

**REVIEWS**

*Eleanor Janega:* The Once and Future Sex: Going Medieval on Women's Roles in Society  
**(Veronika Kos)** ..... 355

*Joseph Lennon:* Irish Orientalism: A Literary and Intellectual History  
**(Li Gengming & Hamid Farahmandian)** ..... 359

## GIUSEPPE TARTINI: SOLTANTO UN'ATTRAZIONE CULTURALE LOCALE O UN PONTE DIPLOMATICO VERSO GLI ALTRI PAESI?

*Boštjan UDOVIČ*

Università di Lubiana, Facoltà di Scienze Sociali, Kardeljeva ploščad 5, 1000 Ljubljana, Slovenia  
e-mail: bostjan.udovic@fdv.uni-lj.si

*Lara SORGO*

Istituto di studi etnici, Erjavčeva 26, 1000 Ljubljana, Slovenia  
e-mail: lara.sorgo@guest.arnes.si

### SINTESI

*L'articolo affronta la questione della possibile trasformazione di Giuseppe Tartini in uno strumento della diplomazia per le relazioni della Slovenia con gli altri Paesi. Sulla base di dati empirici, gli autori confermano i risultati già ottenuti da altri studi sulle limitazioni che impediscono a Tartini di diventare un prodotto culturale. Concludono inoltre che il principale ostacolo alla trasformazione di Tartini in prodotto culturale, è l'assenza di una strategia che lo delocalizzi e lo inserisca nel sistema della diplomazia culturale slovena. Le ragioni sono molteplici, ma la principale è la mancanza di consapevolezza e di attività sul potenziale di Tartini come prodotto culturale. Se questa torre di cristallo venisse infranta, Tartini potrebbe ritornare ad essere il ponte tra le nazioni che è stato durante la sua vita.*

*Parole chiave: Giuseppe Tartini, diplomazia culturale, 'ponte tra le nazioni', prodotto culturale*

## GIUSEPPE TARTINI: JUST A LOCAL CULTURAL PRODUCT OR A POSSIBLE TOOL OF SLOVENIAN CULTURAL DIPLOMACY?

### ABSTRACT

*The article addresses the question of whether Giuseppe Tartini could become an instrument of diplomacy in Slovenia's relations with other countries. Based on empirical data the authors validate the results previously acquired by other authors regarding the limitations that impede Tartini from becoming a cultural product. They expose the absence of a strategy that could delocalize Tartini and*

*integrate him in the system of Slovenian cultural diplomacy as the main obstacle to his transformation into a cultural product. The reasons for this are multiple, with the main one being the lack of awareness and activity related to Tartini's potential for becoming a cultural product. If this tower of crystal were to be broken, Tartini could easily become a bridge between the nations, as he was during his lifetime.*

*Keywords: Giuseppe Tartini, cultural diplomacy, 'bridge between the nations', cultural product*

## INTRODUZIONE E DESCRIZIONE DEL PROBLEMA DI RICERCA

Il presente articolo<sup>1</sup> si pone come scopo quello di valutare e di migliorare la conoscenza di Giuseppe Tartini come prodotto culturale,<sup>2</sup> che potrebbe essere utilizzato dalla Repubblica di Slovenia per sviluppare ed esercitare la propria diplomazia culturale e commerciale nei confronti dei Paesi dove Tartini ha svolto la sua attività o dai quali provenivano i suoi allievi (Italia, Francia, Boemia (oggi Repubblica Ceca), Germania e Svezia) (Petrobelli, 2001, n.p.).

Come hanno dimostrato Udovič & Štepec (2022) nella loro discussione, ci sono tre limitazioni che impediscono a Tartini di diventare un prodotto culturale della diplomazia slovena:<sup>3</sup> (1) Tartini si occupava di alta cultura, di musica e di lezioni di violino. Essendo questi degli ambiti di attività specifici, Tartini non ha la capacità di attrazione (cooptazione) necessaria al giorno d'oggi per potersi trasformare in un prodotto culturale (cf. Nye, 2004); (2) Tartini sarebbe un caso circoscritto prevalentemente a livello locale, legato all'area che oggi chiamiamo Istria slovena, e alle città di Trieste e Padova. Esiste pertanto una delimitazione geografica che impedisce a Tartini di diventare un prodotto culturale della prassi diplomatica slovena; (3) Tartini sarebbe legato soprattutto all'italianità. Si tratta quindi di una limitazione del pensiero in chiave etnico-nazionale e storico-sociologica, in cui

1 L'articolo è il risultato della ricerca degli autori nei programmi di ricerca P5-0177 (Slovenija in njeni akterji v mednarodnih odnosih in evropskih integracijah) e P5-0081 (Manjšinske in etnične študije ter slovensko narodno vprašanje) e nei progetti J6-3135 (Glasba mladih po 1945 in Glasbena mladina Slovenije), J5-3115 (HYPERLINK "<https://cris.cobiss.net/ecris/si/sl/project/18777>"Politichna participacija narodnih manjšin in njihovih pripadnikov: Primerjalna študija politichne participacije slovenskih skupnosti v sosednjih državah Republike Slovenije) e V5-2259 (Globalna prisotnost in domet Slovenije v OZN). Gli autori desiderano ringraziare i due revisori anonimi per i commenti alla prima versione del testo che sono stati utili per rivedere e migliorare l'analisi. Si ringraziano inoltre gli intervistati per il loro prezioso contributo alla ricerca e la professoressa Nives Zudič Antonič per i suggerimenti su alcuni aspetti linguistici.

2 Nella teoria di marketing ciò che viene inteso come prodotto culturale, è spesso recepito come marchio registrato (ad es./cf. Ivanović, 2022, 465–480).

3 In questo articolo la slovenità non è intesa in relazione alla nazionalità, ma soprattutto in relazione ai confini nazionali ovvero dalla prospettiva della sovranità, non dalla prospettiva della nazionalità come a volte viene (volutamente) fraintesa.

l'identità dell'individuo, nonché l'effetto conseguente che la renderà un prodotto culturale, si collega principalmente a una definizione binaria dell'etnicità e della nazionalità dell'individuo.

Il fatto che le variabili geografiche, nonché quelle sociologiche ed etno-storiche, dell'area oggi chiamata Istria slovena abbiano una forte influenza sulla collocazione di personaggi importanti nel canone culturale nazionale, è confermato da Udovič (2022), che presenta oltre a Tartini, altri esempi per mostrare che si tratta di un tipo di «segregazione ed emarginazione silenziose, che sono più inconsce che consapevoli». A suo avviso, questo può essere attribuito principalmente a una semiosciente non conoscenza della cultura e delle tradizioni del territorio circoscritto al Litorale sloveno, un luogo che è stato interessato da molti sconvolgimenti, tra cui quello più grave, avvenuto dopo il 1945, quando si verificò non soltanto un cambiamento di sovranità – ovvero il Paese a cui apparteneva l'area – ma anche della sua struttura etnica e culturale. Molte persone abbandonarono il territorio, mentre i nuovi arrivati invece non interiorizzarono i modelli culturali che si erano sviluppati in loco nei secoli precedenti poiché ne hanno portato di propri. «Di conseguenza, negli ultimi settant'anni, siamo stati allo stesso tempo testimoni dell'ignoranza e dell'idealizzazione – forse addirittura dell'idolatria – di questo territorio. Ciò ha portato nel contempo a due processi: l'emarginazione di quello che non rientrava o non poteva rientrare nel canone (culturale) nazionale e la creazione idealizzata di questo territorio come luogo di apertura, ampiezza e cordialità» (Udovič, 2022). L'autore aggiunge ancora, che proprio a causa di tutte queste circostanze, l'area dell'Istria slovena si è divisa in due: nella politica bassa (*low politics*), cioè nell'uso e nelle attività quotidiane, che vengono idealizzate, quali il turismo, il mare, i fine settimana, ecc.; dall'altra parte, invece, nella politica alta (*high politics*), dove sarebbero incluse la politica e la diplomazia – compresa anche la politica culturale – che sono emarginate. Egli stesso cita alcuni esempi, tra cui Alojz Kocjančič, Edelman Jurinčič, Franjo Frančič, Alferija Bržan, ecc., che non hanno ancora trovato un loro posto nel canone sloveno. La mancata collocazione di Tartini come prodotto culturale sloveno non è quindi legata solo a Tartini stesso, ma anche all'ambiente in cui ha operato e da cui proveniva.

La riflessione di Udovič (2022) è indirettamente confermata anche da Rakušček (2022), che sottolinea che un marchio registrato – nel nostro caso un prodotto culturale – è un fatto interamente immateriale, quindi un fatto di comprensione, interiorizzazione ed interpretazione. Secondo le sue parole, un prodotto culturale «non è un segno, non è un prodotto, è semplicemente una rappresentazione nella mente dei consumatori. Ciò a cui i consumatori pensano che sia, ciò a cui lo associano, questo è in realtà il marchio. Questa è una specie di realtà oggettiva del marchio». Il punto essenziale quindi, sta nella percezione di qualcosa come marchio caratteristico e non nella sua realtà effettiva. Rakušček (2022) lo conferma quando sostiene che «se un marchio è percepito come sloveno, allora è sloveno. Indipendentemente da chi è in realtà il [suo] proprietario». La percezione però non è selettiva secondo il

principio o-o, ma può essere anche e-e. Se qualcosa è un prodotto locale o regionale, non significa che non possa essere nazionale e viceversa. Esempi simili si possono trovare con una certa frequenza, basti pensare a Jože Plečnik in Slovenia e a Wolfgang Amadeus Mozart in Austria. Proprio quest'ultimo è la dimostrazione che può diventare un prodotto culturale sia a livello locale, sia a livello regionale, nonché anche in rapporto al Paese da cui proveniva. Il suo legame con il «Paese» fu forse più immediato perché fu attivo per gran parte della sua vita nella capitale (Vienna), ma non va trascurato il suo carattere locale e regionale, sebbene raramente tornasse nella natia Salisburgo.

Quanto riportato, conferma l'osservazione di Rakušček, ovvero che il prodotto culturale è innanzitutto una categoria immateriale e come tale percettiva, caratteristica questa che a sua volta le dà la possibilità di essere modellata, anche dal punto di vista nazionale. Infatti, se fosse soltanto materiale avrebbe una natura prevalentemente statica, ma essendo percettiva è dinamica, cambia e soprattutto può essere modellata secondo il principio di attrazione. Questo rafforza il suo *soft power* di per sé, inquadrando di conseguenza il prodotto culturale allo stesso tempo nel canone nazionale. In sostanza, questa è la decisione che deve essere presa e quest'ultima deve essere consapevole. Ed è qui che inizia la storia di Tartini.

La teoria della concettualizzazione dei prodotti culturali è ancora agli inizi, perciò talvolta emergono concetti contraddittori o incompleti. Clarke (2016, 149) ad esempio, distingue tra prodotti culturali tangibili (*tangible*) e intangibili (*intangible*). I prodotti tangibili si possono toccare e afferrare, mentre i prodotti intangibili sono più astratti e generalizzati. Anche se questi ultimi non possono essere afferrati, c'è la consapevolezza della loro esistenza. Anche Harriet Rudolph (2013, 215–232) suddivide in modo simile i prodotti culturali, individuando due categorie: gli oggetti immaginati (*imagined*) ed espressivi (*expressive*) e gli oggetti che rendono omaggio (*tribute objects*). Gli oggetti della prima categoria comunicano qualcosa semplicemente esistendo; quelli della seconda categoria invece, per funzionare come prodotti culturali, necessitano che sia l'individuo a rendersi conto della loro esistenza (Rudolph, 2013, 233). Il collegamento tra le due classificazioni è la concettualizzazione dei prodotti culturali stabilita da Udovič & Štepec (2022, 185–202). I due autori suddividono i prodotti culturali in tre categorie, *materiali*, *semi-materiali* e *immateriali*, che per il semplice fatto di esistere, comunicano di per sé il loro valore e il loro significato, quindi non hanno bisogno che l'individuo sia consapevole della loro esistenza, una riflessione, questa, che si discosta dalla classificazione proposta da Harriet Rudolph.

Sempre secondo i due autori, i prodotti *materiali*, che nella definizione di Clarke sono classificati come *tangibili*, sono quelli più facili da identificare. Essendo tangibili, possono essere avvicinati facilmente all'individuo e di conseguenza l'individuo attribuisce loro rapidamente determinati sentimenti o emozioni, sia positivi, sia negativi. I prodotti culturali *semi-materiali*, sono tangibili come

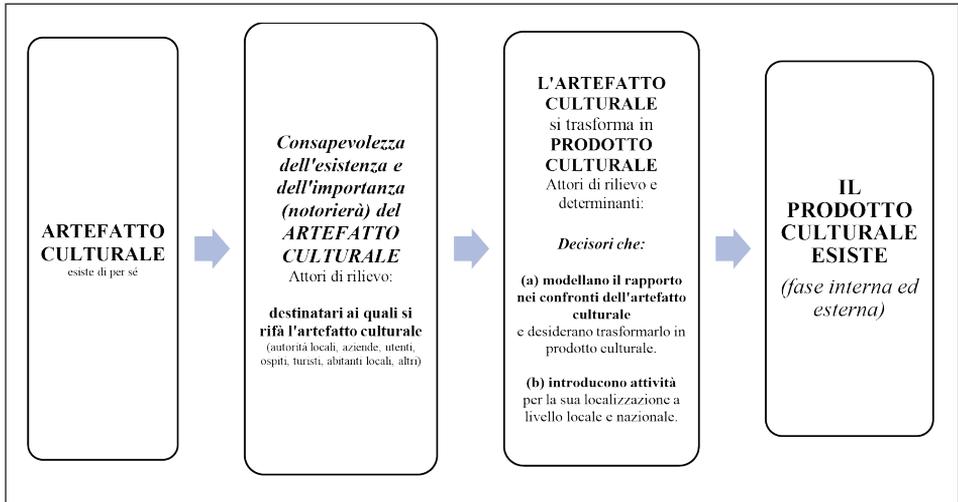


Fig. 1: Trasformazione da artefatto culturale a prodotto culturale (elaborazione degli autori).

quelli materiali, ma solitamente non concretizzati. Udovič & Štepec (2022, 187) forniscono esempi di nomi generici per prodotti culturali *semi-materiali*, come il formaggio *francese*, la pasta *italiana*, la birra *tedesca*, i canederli *cechi*, ecc., per cui i prodotti sono generalizzati e legati al Paese d'origine soltanto attraverso una caratterizzazione generica. Un'altra caratteristica dei prodotti culturali *semi-materiali* è il fatto che possano essere rapidamente materializzati – ad esempio, si parla di uno specifico cioccolato belga, di uno specifico champagne francese, ecc. – o smaterializzati – ad esempio, non si parla mai del concerto di Capodanno della Filarmonica di Vienna trasmesso in TV il 1° gennaio, ma dei concerti di Capodanno in generale, riferendosi proprio a questo concerto,<sup>4</sup> ecc. I prodotti culturali *immateriali* sono quelli più difficili da descrivere perché completamente astratti, spesso legati a stereotipi o pregiudizi. Si tratta di significati connotativi ampi, che riflettono alcune caratteristiche generali, ma che non sono applicabili sempre e ovunque. Tra i più noti ci sono sicuramente la *joie de vivre* (francese) e la *Zucht und Ordnung* (tedesca).

Date le concettualizzazioni esistenti, si pone una questione fondamentale, ovvero quando 'qualcosa' diventa un prodotto culturale. Per illustrare l'analisi delle (im) possibilità di Tartini di diventare un prodotto culturale, è stato formulato un modello che dimostra come un artefatto culturale, che esiste di per sé, possa diventare un prodotto culturale. Si tratta di un processo costituito da quattro fasi in cui devono essere rispettati alcuni presupposti.

4 Questo si evince da affermazioni come 'Sto ascoltando il concerto di Capodanno', ecc.

La prima fase prevede l'esistenza di un artefatto culturale che può essere materiale, semi-materiale o immateriale. Questo artefatto esiste indipendentemente dal cambiamento della realtà, a meno che nelle fasi successive i decisori non lo rimuovano o la sua esistenza venga abolita. La decisione di qualcuno di creare un artefatto culturale è quindi una condizione preliminare per poter in effetti iniziare a pensare alla creazione di un prodotto culturale. Nel caso di Tartini, si tratterebbe dei fatti relativi alla sua vita (artefatto immateriale), della sua musica (artefatto semi-materiale), degli spartiti, della casa natale e del monumento a Pirano (artefatto materiale).

Alla prima fase, segue la seconda fase in cui si inizia a stabilire una relazione con l'artefatto culturale. Il primo passo è quello di rendersi conto che l'artefatto culturale esiste, successivamente è necessario generare interesse per l'artefatto culturale. Questa è la *fase passiva* e coinvolge tutti gli attori che fanno parte del *milieu* dell'artefatto culturale. Nell'esempio di Tartini, questa fase comprende principalmente l'apprendimento su chi era Tartini, il cui monumento si trova a Pirano, la visita alla sua casa natale, la conoscenza della sua musica, la lettura della sua bibliografia e dei fatti della sua vita, ecc. È importante che molti artefatti culturali non passino alla fase successiva, ma rimangano in questa fase, l'unica cosa che varia è il grado di consapevolezza dell'esistenza di questi artefatti. Tuttavia, in alcuni casi, alcuni attori entrano nella terza fase, la cosiddetta fase di attivazione. Poiché non è sufficiente soltanto rendersi conto della consapevolezza dell'esistenza di qualcosa/qualcuno, bisogna adoperarsi per una maggiore divulgazione di un determinato artefatto culturale. Nel momento in cui questi decisori modellano consapevolmente il loro rapporto con l'artefatto culturale in questione, non rimangono soltanto a livello di attori (*actors*), ma diventano agenti (*agents*). Di conseguenza, si impegnano ad agire a diversi livelli, perché desiderano andare oltre alla semplice consapevolezza dell'esistenza di un artefatto culturale. Iniziano perciò a dare priorità ai suoi contenuti (*agenda-setting*), ma anche a sottolineare la sua importanza sia per la società locale, sia a livello più ampio. Questa fase passa dalla staticità alla dinamicità, in quanto viene dinamizzato sia il passaggio da attore ad agente, sia il passaggio da artefatto culturale a prodotto culturale. La quarta e ultima fase è quella in cui il prodotto si è già modellato e si congiunge ad altri prodotti culturali e attività e inoltre assume un posto di rilievo per un pubblico più ampio a livello sia interno, sia esterno (cf. Udovič & Štepec, 2022).

In base ai risultati ottenuti da Udovič & Štepec (2022, 198–201), si può concludere che la comprensione di Tartini come prodotto culturale, si colloca a metà strada tra le fasi due e tre, cioè tra l'artefatto culturale e la trasformazione dell'artefatto culturale in prodotto culturale. Pertanto, nella continuazione della presente discussione, gli autori dell'articolo si propongono di rispondere alla seguente domanda di ricerca, se sia ipotizzabile che gli ostacoli elencati da Udovič & Štepec (2022), relativi al fatto che Tartini diventi un prodotto culturale, possano essere superati e in che modo Tartini, di pari passo alla sua

trasformazione in prodotto culturale, possa consentire il rafforzamento delle attività diplomatiche della Slovenia. Un esempio di questo tipo, che ha certamente dato visibilità alla diplomazia e alla politica culturale slovena, è stata la mostra *Il Maestro delle Nazioni* dedicata a Tartini, in occasione del 330° anniversario della sua nascita, organizzata al Parlamento europeo da tutti gli otto eurodeputati sloveni.<sup>5</sup>

Per rispondere alla domanda di ricerca, si utilizzeranno diversi metodi. Oltre ai metodi di concettualizzazione ed operazionalizzazione utilizzati nell'introduzione e nella descrizione del problema di ricerca, sarà utilizzato il metodo storico-descrittivo per presentare la vita di Tartini. Nella parte empirica, in cui si cercherà di rispondere alla domanda di ricerca, saranno interpretati i risultati ottenuti attraverso il questionario di Udovič & Štepec (2021) e le interviste di Sörgo & Udovič (2022). Questi dati saranno a loro volta integrati con quelli che si otterranno con l'osservazione partecipata.

L'impostazione scelta per l'articolo è suddivisa in tre parti. Dopo l'introduzione e la descrizione del problema di ricerca, segue una breve descrizione della vita di Tartini e l'analisi delle risposte dei partecipanti al questionario e degli intervistati, che consentiranno di rispondere alla domanda di ricerca posta in apertura. L'articolo si conclude con la discussione e la conclusione, in cui si risponde alla domanda di ricerca, si presentano i quesiti ancora aperti e si forniscono alcune indicazioni per la ricerca futura sulla progettazione dei prodotti culturali.

## GIUSEPPE TARTINI: MAESTRO DELLE NAZIONI

La biografia di Giuseppe Tartini ha attirato l'attenzione degli studiosi soprattutto negli ultimi trent'anni, ma molte informazioni sulla sua vita, sulle sue opere e sulla sua attività – anche a causa del disordine in cui versano gli archivi – stanno ancora riaffiorando.

Tartini è di origine fiorentina, suo padre infatti era fiorentino di nascita, giunto a Pirano come scrivano dei sali. Il giovane Giuseppe, quarto figlio di Giovanni Antonio Tartini e Caterina Zangrando, «nasce a Pirano nel 1692 e l'otto aprile dello stesso anno viene battezzato nel battistero di S. Giovanni Battista» (Žitko, 2017, 33) presso la chiesa di San Giorgio sul colle piranese. Conseguita l'istruzione superiore a Capodistria tra gli anni 1704-1707, ricevendo una formazione umanistica e anche le basi di matematica, di filosofia e di retorica (Žitko, 2017, 37), Tartini l'anno dopo si reca a Padova e diventa

5 La mostra si è tenuta dal 29 novembre al 2 dicembre 2022. Il contenuto della mostra è stato preparato da Sergio Durante, Nejc Sukljan e Boštjan Udovič e sostenuto dagli europarlamentari sloveni Franc Bogovič, Milan Brglez, Klemen Grošelj, Irena Joveva, Matjaž Nemeč, Ljudmila Novak, Romana Tomc e Milan Zver. La mostra è stata in seguito allestita al Conservatorio "Giuseppe Tartini" di Trieste dal 20 al 25 febbraio 2023, per poi essere ospitata dal 17 al 21 aprile 2023 all'Assemblea Nazionale di Lubiana ed infine nella casa natale di Giuseppe Tartini a Pirano dal 1° luglio al 31 agosto 2023.

studente di diritto (Petrobelli, 2001, n.p.). Sebbene il padre desideri che il figlio si dedichi alla carriera ecclesiastica, il giovane Tartini, dopo la scomparsa del padre, si ribella ai piani paterni e sposa Elisabetta Premazore, «una ragazza di estrazione sociale più bassa e di due anni più vecchia» (Petrobelli, 2001, n.p.). Il risultato si rivela gravoso, perché «[I] suoi – famigliari di Pirano – decidono di tagliare i viveri a Giuseppe, così ingrato – dal loro punto di vista – da voler sposare una popolana, snobbando per di più i benefici economici di un canonicato» (Durante, 2018, 16). Al giovane Tartini non resta altro che trovarsi un lavoro. Non essendo più benvenuto a Padova, scappa e trova rifugio al Convento di San Francesco d'Assisi, dove padre Giovanni Torre, di origine piranese, gli offre protezione e lavoro (Petrobelli, 2001, n.p.). Qui Tartini ha la possibilità di dedicarsi al violino più seriamente. Secondo le fonti, durante questo periodo stringe un'amicizia musicale con l'organista boemo Bohuslav M. Černohorský della Basilica di San Francesco, avvenimento che rappresenta per Tartini un'esperienza fondamentale per la sua crescita musicale e per il suo divenire di virtuoso del violino e compositore.

Dopo la morte di Torre, essendo rimasto senza soldi, Tartini comincia a cercare lavoro in 'Italia', passando da Ancona a Venezia e giungendo infine a Padova, dove nel 1721 diventa *primo violino e capo di concerto* alla Basilica di Sant'Antonio (Petrobelli, 2001, n.p.), suonando però anche in altre località, tra cui Parma (1728), Bologna (1730), Camerino (1735), Ferrara (1739) e Venezia.

Nel 1723 Tartini è invitato dal violoncellista Antonio Vandini, suo amico e collega da sempre, ad unirsi a lui a Praga per le celebrazioni legate all'incoronazione dell'imperatore Carlo VI a re di Boemia. Tartini accetta e rimane a Praga per tre anni al servizio della famiglia Kinsky, dove ha contatti con la famiglia del principe Lobkowitz e con i musicisti Johann J. Fux, Antonio Caldara e Leopold Weiss. Il clima sfavorevole e i conseguenti problemi di salute lo costringono – contro la sua volontà, come scrive in una lettera alla famiglia – a tornare alla Basilica di Sant'Antonio a Padova nel 1726 (Petrobelli, 2001, n.p.).

La svolta nella sua vita è l'inizio della sua scuola di musica, nota come la Scuola delle Nazioni, chiamata così perché i suoi studenti provengono da ogni parte d'Europa. La scuola nasce dopo il suo ritorno da Praga, verosimilmente nel 1727 o nel 1728. Durante (2018, 47) spiega che la decisione fu [certamente] adottata per ragioni economiche: «[I]nfatti, per quanto lo stipendio che percepiva come 'primo violino e capo di concerto' alla basilica antoniana fosse generoso, non garantiva l'accumulazione di capitale che il maestro si proponeva».

Tartini è stato quindi costretto per necessità a fondare una scuola di musica. Ma perché proprio la sua scuola, non essendo né la prima, né l'ultima, ha avuto l'onore di essere chiamata Scuola delle Nazioni? Come spiega Durante (2018, 44), questo può essere attribuito «alla qualità superiore del suo insegnamento ma anche alla quantità degli allievi che portavano in giro per l'Europa il suo modo di intendere l'esecuzione e la composizione».



*Fig. 2: Monumento a Giuseppe Tartini a Pirano (Lara Sorgo, 2022).*

Sebbene Tartini sia noto soprattutto come musicista e didatta, va ricordato che fu anche filosofo, ricercatore e teorico. Ciò nonostante, il repertorio più noto di Tartini sono le composizioni musicali per violino, per flauto e per violoncello (Canale Degrassi, 2014, 44–46).<sup>6</sup>

Questa breve descrizione presenta Tartini come un personaggio dai molteplici talenti. A questo punto, ci si può chiedere come mai il lascito tartiniano sia così poco conosciuto alla gente comune, e perché soltanto negli ultimi trent'anni sia diventato parte di ricerche sistematiche. Due sono le tesi che si palesano: la prima tesi sostiene che Tartini, essendo stato violinista e compositore, è, per le masse odierne, un personaggio d'élite; la seconda tesi, invece, si inquadra con la mancanza di memoria storica a Pirano già prima del 1945<sup>7</sup> e soprattutto dopo la trasformazione etnica del territorio,<sup>8</sup> in particolar modo della città di Pirano.<sup>9</sup> Sukljan (2022b) sostiene una terza tesi, ovvero che la crescita dell'interesse per (i lavori di) Tartini può essere attribuita anche allo stato della musicologia come scienza (*state-of-the art*), che negli ultimi trent'anni è stata attraversata da una sorta di rinascimento, focalizzando le ricerche sulla musica antica e sulle prassi esecutive settecentesche.

Con il suo ragionamento concorda anche Durante (2022), che ricorda che Petrobelli è stato il *padre* degli studi su Tartini, sebbene «abbastanza inascoltato», e prosegue sostenendo che nella musicologia italiana Tartini non fu mai di grande interesse, perché avendo avuto quello che viene considerato «il Bach italiano (Vivaldi)» non serviva un altro violinista. Durante spiega ancora che i suoi studi su Tartini sono iniziati perché vivendo a Padova ha sentito la necessità di studiare i personaggi venerabili del passato. È giunto il momento di fare lo stesso anche a Pirano? Quanto scritto finora sono soltanto alcune delle tesi che dovranno essere ancora investigate, sostenute o negate.

6 Tra le classificazioni più attuali vanno ricordati il catalogo realizzato da Canale Degrassi (2010) e il catalogo tematico digitalizzato del progetto *Discover Tartini* accessibile al sito <http://catalog.discovertartini.eu/dcm/gt/navigation.xq>. Il progetto è stato finanziato dal programma Interreg VA Italia-Slovenia 2014–2020 (ultimo accesso: 2023-05-20).

7 Žitko (2017, 80) spiega che è stato Vincenzo de Castro nel 1846 (76 anni dopo la scomparsa di Tartini) a presentare per la prima volta il testo sul celebre piranese in una targa commemorativa murata sulla facciata della casa natale di Tartini.

8 Udovič e Novak Lukanović (2022, n.p.) rilevano che nel 1910 vivevano nei comuni costieri 24.660 sloveni e 31.706 italiani; nel 1945 il numero di italiani cala al 18.324, mentre dieci anni dopo, nel 1956, il censimento riporta i seguenti dati: nel territorio del Litorale (sloveno) c'erano 34.306 sloveni e 3.073 italiani. Se si analizzano i dati del censimento del 1947 e del 1956 per Pirano, si nota che nel 1947 a Pirano vivevano 7.988 italiani e 4.085 sloveni (gli italiani rappresentavano il 64,3% della popolazione piranese); nel 1956 la percentuale degli italiani si è fermata al livello di 15,6%. Sulla complessità della situazione nell'area in passato e oggi, si vedano alcuni studi più recenti, come ad esempio Bajc, 2014; 2017; Baskar, 2020; Jurič Pahor, 2012; 2015; Komac, 2015a; 2015b; Klabjan, 2011; Lampe, 2018; 2019; Orlič, 2015; Pirjevec, 2015; Poropat Jeletić, 2017; Pupo, 2012; Režek, 2016; Umer Kljun, 2015; Zaccaria, 2018; Žitko, 2015; 2022.

9 Questa tesi può essere avvalorata dal fatto che anche a Padova, dove Tartini svolgeva la sua attività, si sia risvegliato l'interesse solo negli ultimi 30 anni.



*Fig. 3: La tomba della famiglia Tartini nella chiesa di San Francesco a Pirano (Convento dei Frati minori conventuali di San Francesco) (Lara Sorgo, 2022).*

## GIUSEPPE TARTINI (PUÒ ESSERE) UN PRODOTTO CULTURALE SLOVENO?

**Metodologia di ricerca e raccolta dei dati**

L'analisi presentata in questo contributo si basa sulla combinazione di due metodologie, quella quantitativa e quella qualitativa. La metodologia quantitativa è quella dell'indagine con questionario che è stato utilizzato da Udovič & Štepec (2021) per raccogliere i dati relativi alla conoscenza di Tartini. Si tratta di una ricerca che è stata svolta mediante questionario elettronico, realizzato sul sito Ika e composto da 9 domande con sotto-domande a cui si poteva accedere tra il 15 febbraio e il 12 aprile 2021. I risultati non possono essere generalizzati perché il campione degli intervistati non è rappresentativo, tuttavia si possono rilevare alcune importanti caratteristiche per comprendere Tartini come prodotto culturale. Il collegamento al questionario è stato inviato per posta elettronica anche alle segreterie delle Comunità Autogestite della Nazionalità Italiana (CAN), con la richiesta di inoltrare l'invito a partecipare ai loro soci, nonché al deputato al seggio specifico per la Comunità nazionale italiana al Parlamento sloveno.

Hanno risposto al questionario 168 persone (N = 168): 113 si sono identificati come sloveni, 14 come italiani, 7 hanno risposto altro; l'età media degli intervistati era di 41.6 anni (DS= 11,89). La maggior parte dei rispondenti (oltre il 75%) ha completato l'istruzione superiore o una facoltà ovvero aveva conseguito la laurea magistrale e/o il dottorato.

Per verificare le risposte ottenute con il questionario, sono state svolte da Sorgo & Udovič (2022) dieci interviste semi-strutturate tra il 13 e il 17 giugno 2022. Agli intervistati<sup>10</sup> sono state poste cinque domande che volevano verificare (1) le associazioni primarie degli intervistati quando si parla di Tartini (domanda 1), (2) le loro opinioni sulla notorietà di Tartini (chi lo conosce meglio e chi di meno) (domanda 2), (3) il rapporto tra livello locale vs. livello nazionale di Tartini, ovvero la tesi secondo la quale la Repubblica di Slovenia dovrebbe essere coinvolta in modo più attivo nella promozione di Tartini (cfr. *supra*) (domanda 3 e 5), e (4) le possibilità, secondo gli intervistati, che Tartini possa diventare un prodotto culturale (domanda 4).

Il campione degli intervistati era composto nel modo seguente: hanno risposto alle domande cinque uomini e cinque donne, l'età media era di 45.9 anni. La maggior parte degli interlocutori (60%) erano sloveni, mentre il 40% si è identificato come italiano. Per quanto riguarda l'appartenenza locale, quattro intervistati erano di Pirano, tre di Capodistria e uno ciascuno di Isola, Trieste e Lubiana.

---

10 Gli intervistati sono stati selezionati in base a tre criteri: a) rappresentatività di genere, b) rappresentatività nazionale (sloveni e italiani) e c) non coinvolgimento professionale con Tartini. Per le necessità dello studio si sono cercate persone comuni con le quali si voleva verificare come la persona comune percepisce Tartini e la sua collocazione nel sistema dei prodotti culturali. Per quanto riguarda il livello d'istruzione conseguito, la situazione degli intervistati è la seguente: un laureato in Informatica, un laureato in Ingegneria industriale, un diplomato al Conservatorio di Musica (strumenti a fiato), un laureato in Storia dell'arte, un diplomato di scuola superiore, un laureato in Relazioni internazionali, un laureato in Astrofisica, un laureato in Biblioteconomia, uno studente e un laureato in Lingue straniere.

## PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

**Notorietà di Tartini**

La prima fase della creazione di un prodotto culturale, come è stato spiegato nella Figura 1, è l'esistenza dell'artefatto culturale stesso, a cui segue la seconda fase, ovvero il riconoscimento dell'esistenza di un artefatto culturale. Ciò è importante, perché senza la consapevolezza dell'esistenza dell'artefatto culturale e della sua 'conoscenza', è impossibile che l'artefatto culturale si trasformi in un prodotto culturale. Udovič & Štepec (2021; cf. 2022) hanno pertanto chiesto ai partecipanti del questionario in che misura sia conosciuto Tartini. La domanda è stata posta in forma di affermazione («Tartini è in generale TROPPO POCO conosciuto»)<sup>11</sup>. Dei 153 rispondenti, 132 (86%) concordano con questa affermazione in termini relativi (valori da 4 in su). Sorgo & Udovič (2022) hanno formulato le domande per le interviste facendo riferimento ai risultati di Udovič & Štepec (2021), ponendo quindi una domanda di contenuto simile a quella di Udovič & Štepec (2021) ovvero «Secondo Lei, Tartini è sufficientemente conosciuto ed apprezzato?». Le risposte sono state varie: sei intervistati hanno detto assolutamente di no; uno ha sottolineato che probabilmente è conosciuto soprattutto negli ambienti della musica classica (il che significa che non è noto al grande pubblico); uno ha detto di non saperlo; uno ha motivato la sua affermazione spiegando che Tartini è conosciuto nella cerchia dei musicisti: «Penso che sia abbastanza noto, sì. [...] Voglio dire, non è conosciuto come Mozart o Beethoven, ma viene subito dopo di loro. [...] Tartini è tra di loro» (Intervista 3). Sorgo & Udovič (2022) hanno investigato ulteriormente questa domanda chiedendo agli intervistati chi, secondo loro, conosce Tartini meglio e chi meno. In tal modo non hanno posto limitazioni né alle componenti geografiche, né a quelle di altri tipi, ma hanno lasciato che fossero gli intervistati stessi ad esporre le loro opinioni. Le tabelle 1 e 2 riportano le risposte degli intervistati.

*Tabella 1: Chi conosce meglio Tartini (Presentazione dei dati di Sorgo e Udovič, 2022).*

I piranesi, Istria slovena, gli appartenenti della Comunità nazionale italiana, gli abitanti del luogo	Intervistato 1, Intervistato 2, Intervistato 4, Intervistato 6, Intervistato 9, Intervistato 10
I violinisti, i musicisti di musica classica	Intervistato 3, Intervistato 5, Intervistato 6, Intervistato 7, Intervistato 8, Intervistato 9, Intervistato 10

11 Agli intervistati è stato chiesto di esprimere la propria opinione valutando l'affermazione su una scala da 1 a 7 (1 – completamente in disaccordo, 7 – completamente d'accordo).

Tabella 2: Chi conosce meno Tartini (Elaborazione dei dati di Sorgo &amp; Udovič, 2022).

«Tutti i Paesi confinanti, eccetto l'Italia ...»	Intervistato 1
«Le persone che non si occupano di musica classica [...], di meno lo conoscono nel mondo.»	Intervistato 3, Intervistato 9
«Di meno lo conoscono a livello nazionale.»	Intervistato 5
«Tutti gli altri. Chiunque non abbia studiato musica ...»	Intervistato 7

Entrambe le tabelle mostrano la doppia natura di Tartini attraverso il prisma della sua mancata conoscenza. Secondo gli intervistati, Tartini è conosciuto soprattutto nella comunità locale e tra gli attori locali ('gli abitanti del luogo', 'gli appartenenti della Comunità nazionale italiana', ecc.) nonché negli ambienti professionali, cioè tra i musicisti di musica classica e in particolare tra i violinisti, ma anche tra gli appassionati di musica classica; meno conosciuto invece, risulta essere in altri ambiti.

Naturalmente, il problema della collocazione di Tartini è uno dei dilemmi fondamentali per capire se Tartini ha il potenziale per diventare un prodotto culturale sloveno. L'intervistato 5 dubita sia possibile (cf. Tabella 2), ma è contraddetto in questa sua opinione dall'intervistato 6 che dice: «[Tartini] credo sia conosciuto da tutti. Oserei quasi dire da tutti gli sloveni. [...] In Slovenia è ormai conosciuto anche dai non esperti, perché in tutti questi decenni di promozione di Pirano come città di Tartini, siamo riusciti a inculcare nella mente di ogni sloveno chi è Tartini e perché è importante.»

Come risulta da quanto scritto sopra, ci sono opinioni discordanti sul potenziale di Tartini al di fuori della comunità locale – alcuni dicono che in Slovenia lo conoscono tutti, altri invece sostengono che Tartini è principalmente un caso culturale condizionato localmente. I risultati ottenuti da Udovič & Štepec (2021) supportano quest'ultima ipotesi.

### 'A chi appartiene' Tartini?

Udovič & Štepec (2021) con il loro questionario hanno esaminato dove viene posto Tartini in base alla 'nazionalità' ovvero al 'localismo', proponendo due collocazioni nazionali attuali (appartenenza nazionale slovena vs. appartenenza nazionale italiana), una collocazione storica (appartenenza veneziana) e una collocazione locale (appartenenza piranese). I partecipanti avevano la possibilità di scelta multipla per rispondere alla domanda, poiché la ricerca è stata basata prendendo in considerazione le conclusioni di Žigon, Kondrič Horvat & Udovič (2020) sull'identità transculturale. Le risposte ottenute sono riportate nella Tabella 3.

Tabella 3: 'A chi appartiene' il compositore Tartini? (1 – completamente in disaccordo, 7 – completamente d'accordo) (Calcolato sulla base dei dati di Udovič & Štepec, 2021).

	Media ( $\bar{x}$ )	Deviazione standard (DS)
Compositore sloveno	3,3	1,95
Compositore italiano	4,1	1,95
Compositore piranese	5,2	1,81
Compositore veneziano	4,3	2

I risultati presentati nella Tabella 3 mostrano che i rispondenti sono completamente d'accordo sul fatto che Tartini non è un compositore sloveno; sono anche fortemente d'accordo sul fatto che Tartini è principalmente un compositore piranese. I partecipanti all'indagine hanno così sottolineato soprattutto l'identità locale del compositore, mentre l'identità nazionale o storica non è sembrata così importante. Oltre ai valori della media e delle deviazioni standard, le risposte fornite dai rispondenti sono interessanti per individuare le correlazioni tra di esse che sono riportate nella Tabella 4.

Dalle correlazioni presentate nella Tabella 4 emergono alcuni importanti modelli di pensiero dei partecipanti al questionario: l'unica coppia incoerente (correlazione = -0,188) è la comprensione che Tartini sarebbe stato allo stesso tempo un compositore sia sloveno, sia italiano. Questa correlazione è chiaramente debole,<sup>12</sup> ma dimostra comunque che i rispondenti non sono d'accordo con la possibilità di una comprensione transculturale dell'identità di Tartini (Tartini come *nostro* e *loro*). Ciò conferma che quando si parla di nazionalità nell'area dei comuni costieri, si pensa ancora in termini di noi *vs.* loro.<sup>13</sup> Correlazioni positive e relativamente forti si evidenziano in altre coppie di risposte:

12 Il coefficiente di correlazione di Kendall è -0,238 (sig. < 0,01) e il coefficiente di Spearman è -0,254 (sig. < 0,01).

13 Ivan Sivec e Kristjan Knez aprono un interessante dibattito sulla questione a chi appartenga Tartini. Mentre Sivec (2022), nel suo commento per la RTV di Slovenia, sottolinea che Tartini non è sloveno, «ma questo non sembra avere alcuna importanza», aggiunge poi che Tartini «è il maestro di tutte le nazioni, così anche degli sloveni». Knez (2022, 2) invece, descrive il suddetto scritto di Sivec come «peccato per lo scivolone finale, perché disorienta [...]» e continua «infatti non possiamo accogliere che, considerati il luogo natio e gli anni della giovinezza, Tartini avesse incontrato e assorbito i primi elementi musicali da un ambiente che può essere definito abbastanza sloveno». Tale dibattito si potrebbe sviluppare ulteriormente anche ricordando la presenza di elementi folklorici (derivati dalla musica dei marinai, dei pescatori e dei paesani, sia 'sloveni', sia 'italiani', ma tutti all'epoca piranesi), che Tartini ascoltava nella sua città natia e includeva nelle sue opere (cfr. Polzonetti, 2014).

Tabella 4: Correlazioni tra le risposte all'affermazione sull'appartenenza' di Tartini (Elaborazione propria sulla base dei dati di Udovič & Štepec, 2021).

		Compositore sloveno	Compositore italiano	Compositore piranese	Compositore veneziano
Compositore sloveno	Pearson Correlation	1	-.188*	.328**	.018
	Sig. (2-tailed)		.016	.000	.817
	N	164	164	164	164
Compositore italiano	Pearson Correlation	-.188*	1	.044	.372**
	Sig. (2-tailed)	.016		.574	.000
	N	164	164	164	164
Compositore piranese	Pearson Correlation	.328**	.044	1	.286**
	Sig. (2-tailed)	.000	.574		.000
	N	164	164	164	164
Compositore veneziano	Pearson Correlation	.018	.372**	.286**	1
	Sig. (2-tailed)	.817	.000	.000	
	N	164	164	164	164

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

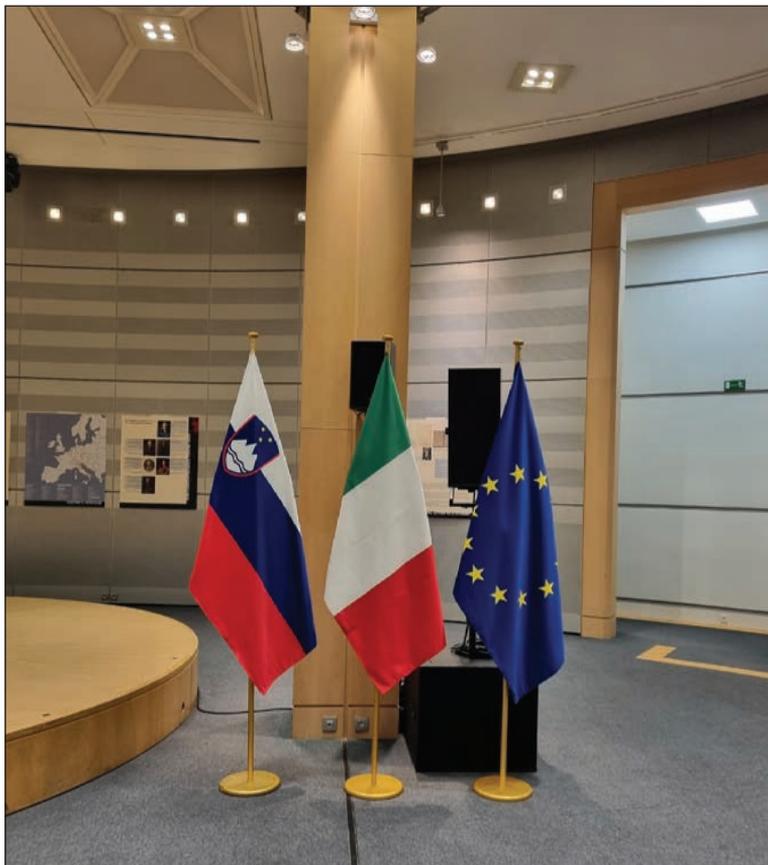
\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(a) la correlazione tra gli intervistati che concordano sul fatto che Tartini sia un compositore sloveno e piranese è di 0,328;<sup>14</sup> (b) tra coloro che concordano sul fatto che sia un compositore italiano e veneziano è di 0,372,<sup>15</sup> (c) mentre il grado di accordo tra coloro che collegano la sua identità principalmente alla storicità e alla dimensione locale (veneziano-piranese) è a un livello di correlazione di 0,286.<sup>16</sup>

14 Il coefficiente di correlazione di Kendall è 0,241 (sig. < 0,01) e il coefficiente di correlazione di Spearman è 0,290 (sig. < 0,01).

15 Il coefficiente di correlazione di Kendall è 0,247 (sig. < 0,01) e il coefficiente di Spearman è 0,301 (sig. < 0,01).

16 In questo caso, i coefficienti di Kendall e Spearman sig. > 0,05, quindi non è possibile dedurre alcuna correlazione.



*Fig. 4: Disposizione delle bandiere alla mostra "Il Maestro delle Nazioni" al Parlamento europeo a Bruxelles (29 novembre 2022) (Bernal Revert/Ufficio dell'eurodeputato sloveno dr. Milan Brglez).*

### **Chi dovrebbe trasformare Tartini in un prodotto culturale?**

Nella parte teorica, nella fase tre, è stato mostrato come un artefatto culturale si trasforma in un prodotto culturale. Il ruolo principale è svolto dai decisori che (a) modellano gli atteggiamenti verso l'artefatto culturale e il desiderio [delle persone] di trasformare l'artefatto culturale in un prodotto culturale, (b) introducono attività per collocare il prodotto culturale a livello locale e nazionale. Sia nella ricerca di Udovič & Štepec (2021), sia in quella di Sorgo & Udovič (2022), è stato chiesto ai partecipanti chi, secondo loro, dovrebbe promuovere Tartini (Tabella 5).

Tabella 5: Per la promozione di Tartini dovrebbe/-ro impegnarsi di più (1 – completamente in disaccordo, 7 – completamente d'accordo) (Calcolato sulla base dei dati di Udovič & Štepec, 2021).

Istituzione	Media ( $\bar{x}$ )	Deviazione standard (DS)
Scuola di musica di Capodistria, Isola e Pirano	6,1	1,3
Comune di Pirano	6,1	1,4
Ministero della Cultura	6,0	1,3
Ogni scuola elementare e superiore del Comune di Pirano	5,7	1,4
Tutte le scuole di musica in Slovenia	5,7	1,6
Ogni scuola elementare e superiore dell'Istria slovena	5,6	1,4
Centro RTV Koper/Capodistria	5,6	1,4
Tutti e quattro i comuni costieri	5,5	1,5
RTV di Slovenia	5,4	1,5
Comunità nazionale italiana di Pirano	5,3	1,7
Tutti coloro che vivono nel Comune di Pirano ovvero negli altri Comuni costieri	4,8	1,7
Ogni scuola elementare e superiore della Slovenia	4,6	1,6
Ministero degli Affari Esteri	4,4	2,0
Tutti coloro che vivono in Slovenia	3,8	1,8

Come si nota dalla Tabella 5, i rispondenti ritengono che per la promozione di Tartini dovrebbero impegnarsi di più principalmente le istituzioni culturali e quelle educativo-formative (scuole di musica, ministero competente, scuole elementari e superiori). Tuttavia, dai risultati emerge anche che Tartini è ancora in gran parte considerato un prodotto culturale locale, pertanto la sua promozione spetta anche alle istituzioni locali (il Comune di Pirano, in base alle risposte dei partecipanti, è attestato al secondo posto, tutti e quattro i comuni costieri al sesto e il Centro RTV di Capodistria al settimo). I valori medi delle risposte (1) Ministero degli Affari Esteri e (2) Tutti coloro che vivono in Slovenia forniscono dati interessanti. I partecipanti



*Fig. 5: Concerto d'apertura della mostra "Il Maestro delle Nazioni" al Parlamento europeo a Bruxelles (29 novembre 2022) (Bernal Revert/Ufficio dell'eurodeputato sloveno dr. Milan Brglez.).*

hanno espresso un grado di disaccordo maggiore sul fatto che tutti coloro che vivono in Slovenia dovrebbero farsi promotori di Tartini (come prodotto culturale), mentre c'è soltanto un leggero grado di accordo sul fatto che il Ministero degli Affari Esteri dovrebbe fare qualcosa per promuovere Tartini.

I risultati ottenuti da Udovič & Štepec (2021) sono stati esaminati anche da Sorgo & Udovič (2022) con le interviste, verificando chi dovrebbe impegnarsi di più per la promozione Tartini in generale. Le risposte possibili erano due, ovvero che per la promozione di Tartini dovrebbe impegnarsi di più (1) la Repubblica di Slovenia e (2) la Comunità nazionale italiana di Pirano. Con queste variabili indirette, si è verificato se Tartini risulti essere sufficientemente 'sloveno', affinché la Slovenia in quanto Paese si impegni per la sua promozione. Le risposte ottenute sono state molto diverse.

La maggior parte degli intervistati concorda sul fatto che la Repubblica di Slovenia dovrebbe impegnarsi di più per la promozione di Tartini come 'suo' prodotto culturale; due intervistati hanno però contestato questa affermazione, usando lo stesso argomento, ma in maniera opposta, cioè sottolineando l'italianità di Tartini. L'intervistato 3 ha così affermato che la Slovenia non deve impegnarsi di più perché «Tartini è un compositore italiano», mentre l'intervistato 7 ha dichiarato che la Regione Veneto e la Repubblica Italiana dovrebbero fare di più per promuovere Tartini, spiegando «[c]redo che dato che

negli anni in cui Tartini operava, qui diciamo era territorio della Serenissima» e che la Slovenia potrebbe essere di supporto a questi due soggetti.<sup>17</sup>

## POTENZIALE DI TARTINI COME PRODOTTO CULTURALE

Sorgo & Udovič (2022) hanno chiesto agli intervistati se secondo loro Tartini ha il potenziale effettivo per poter diventare un prodotto culturale come Mozart, ovvero se gli intervistati fossero dei decisori politici (Fase 3) come affronterebbero questo processo. Alcuni intervistati hanno risposto in modo positivo, ovvero che Tartini potrebbe essere trasformato in un prodotto culturale, altri invece non sono d'accordo. I più scettici hanno spiegato la loro riluttanza con le seguenti argomentazioni:

(1) *L'insuccesso della Slovenia nella strategia di branding («Noi sloveni siamo noti per non essere bravi nelle pubbliche relazioni, non sappiamo come gestirle» – Intervistato 1; «No, no, non credo mai... Mozart è conosciuto da tutti. Anche chi non sa cosa sia la musica ha sentito parlare di lui» – Intervistato 3);*

(2) *L'influenza più ampia che ha avuto Mozart sulla musica e sulla cultura rispetto a Tartini («Credo che dipenda dall'impatto che il lavoro di Mozart, l'arte di Mozart, abbia avuto sul resto della musica classica rispetto a quello che può aver avuto Tartini» – Intervistato 8);*

(3) *La componente temporale e di marketing («No, non lo so. Il tempo ce lo dirà, perché con Mozart lo fanno da un bel po' di decenni» – Intervistato 10; «Secondo me no, perché è tutto un meccanismo, dai cioccolatini Mozartkugeln [...], i film e anche la musica va più all'orecchio» – Intervistato 9).*

Tuttavia, coloro che si sono dimostrati più favorevoli all'idea di rendere Tartini un prodotto culturale hanno sottolineato in particolar modo che la possibilità di farlo esiste, ma a condizione che vengano messi in atto approcci di mercato adeguati. Come ha evidenziato l'intervistato 6, si dovrebbe mettere in atto un intero piano di marketing per enfatizzare soprattutto l'esperienza, ovvero con le sue stesse parole:

*Al giorno d'oggi, quando è difficile penetrare con le informazioni dalle persone che sono, direi, piene di informazioni ed è difficile che qualcosa si distingua, è probabile che al livello di esperienza, si trovi la ricetta per il successo di una storia. Come procedere? Ci sono sempre molte strade, non so, dalla possibilità di suonare virtualmente il violino di Tartini o qualcosa del genere. Oppure, non so, perché credo che esista già, qualcosa lungo i percorsi di Tartini a Pirano. In modo da conoscere Pirano attraverso i percorsi che faceva quando viveva lì o qualcosa del genere. [...] Certamente soltanto a livello di concerti non è sufficiente e poi ci si limita a quegli appassionati estremi.*

17 I due punti di vista assumono un significato ancora più connotativo, se si mette in evidenza che l'intervistato 3 era un appartenente della maggioranza slovena, mentre l'intervistato 7 era un appartenente della Comunità nazionale italiana.

Anche l'intervistato 4 sottolinea l'importanza dell'esperienza quando aggiunge:

*[P]romozione. Magari più cose anche in istituzioni come il Cankarjev dom a Lubiana, magari una volta all'anno qualche concerto dedicato a Tartini, questo forse potrebbe essere una cosa. Poi, più souvenir legati a Tartini. So che sembra una cosa un po' buffa, però chi viene, quando hai qualche turista, qualcuno in visita, pensi ad esempio come Pirano, alle saline, ecc. Si va a prendere il sale, però forse qualcosina, qualche mini-violino, qualche mini-statuetta.*

L'intervistato 7 e l'intervistato 5 mettono l'accento sull'importanza dei social media, che possono contribuire a trasformare Tartini in prodotto culturale. L'intervistato 7 sottolinea inoltre che, per promuovere Tartini, è necessario creare i presupposti per una sua approfondita conoscenza e stabilire

*[q]uali sono le cose che hanno distinto Tartini, quello che lo hanno reso unico e con le varie strategie di marketing vedere cosa si riesce a creare perché questo marchio divenuti unico, che diventi speciale e che, non solo, che apporti del valore sia alla zona, quindi a Pirano, la sua città natale, ma che porti valore come marchio, quindi alla fine se stiamo parlando di promuovere Tartini, si parla sicuramente dei clienti e quindi questi clienti devono percepire del valore associandosi a Tartini.*

Secondo gli intervistati, Tartini ha dunque potenziale, ammesso che vengano rispettate due condizioni preliminari: che la vita e l'opera di Tartini siano studiate a fondo,<sup>18</sup> il che consentirà «che questo marchio [Tartini – NdA] diventi unico» (Intervistato 7); che questo prodotto culturale sia poi reso operativo in modo adeguato attraverso una strategia di marketing basata principalmente sull'esperienza, non solo a Pirano, ma in tutta la Slovenia. Nelle opinioni espresse dagli intervistati, Tartini può quindi diventare un vero prodotto culturale solo se supera i confini della dimensione locale/piranesa e diventa un prodotto culturale di portata nazionale. Tutto ciò dimostra che collocare Tartini fuori dalla dimensione locale è la premessa prima e necessaria per pensarlo come prodotto culturale.

## DISCUSSIONE E CONCLUSIONE

Nel presente articolo si è cercato di stabilire (1) se si possano superare le limitazioni menzionate da Udovič & Štepec (2022) per consentire a Giuseppe Tartini di diventare un prodotto culturale e (2) se Tartini possa, in quanto prodotto culturale, avere la «capacità»

18 La relativa mancanza di ricerca e di conoscenza di Tartini e della sua eredità materiale e immateriale sono confermati dal repertorio limitato e frammentario di fonti e bibliografia disponibili sulle sue opere e sulla sua attività. Tra le rare eccezioni si ricordano i libri (romanzi e/o studi di musicologia) di Kokole, 2002; Sivec, 2012; Kokole & Talbot, 2014; Žitko, 2017; Durante, 2018, i libri curati da Taschetti, 2022, Sukljan, 2022a e il saggio di Gržeta, 2020.

di diventare un mezzo per rafforzare le attività diplomatiche della Slovenia ovvero di agire come ponte tra la Slovenia e gli altri Paesi.

La tesi avanzata da Udovič & Štepec (2022), secondo i quali gli ostacoli maggiori che impediscono a Tartini di diventare un prodotto culturale sono la sua specificità (come musicista),<sup>19</sup> la sua relativa poca conoscenza (ovvero la sua conoscenza solo in un contesto ristretto) e il fatto di essere legato alla dimensione locale, è stata confermata anche con le interviste. Finché Tartini rimane un prodotto di nicchia di carattere locale, non ha la capacità di mobilitarsi per diventare un prodotto culturale (nazionale). Gli intervistati (in Sorgo & Udovič, 2022) e i partecipanti al questionario (in Udovič & Štepec, 2021) concordano sul fatto che se si vuole rendere Tartini un prodotto culturale classico – da poter essere utilizzato anche nella diplomazia culturale o come ponte tra le nazioni – è necessaria una sua maggiore divulgazione (cf. Udovič et al., 2023). Per far questo c'è bisogno di un'adeguata strategia di sviluppo di Tartini come prodotto culturale, che però ancora non esiste. Sukljan (2022b) sottolinea che una tale strategia dovrebbe avere una fase preliminare, ossia una ricerca sistematica sull'opera e sull'attività di Giuseppe Tartini: «Per il momento questo non esiste, la ricerca rimane sporadica e quindi anche le conoscenze a cui noi musicologi arriviamo sono lacunose». Naturalmente, una strategia per lo sviluppo di Tartini come prodotto culturale dovrebbe includere la creazione di prodotti «esperienziali» semi-materiali e materiali (cf. anche l'intervistato 7),<sup>20</sup> che divulgano Tartini anche attraverso uno spettro di caratteristiche tangibili, che giocano un ruolo sempre più importante nel mondo di oggi. Il primo passo è quindi quello di sviluppare una strategia complessiva di ciò che si vuole fare (in Slovenia) con Tartini.<sup>21</sup>

Se Tartini possa diventare un ponte per gli altri Paesi e per la Slovenia e la diplomazia slovena, oltre che per la sua città natale Pirano, è una domanda a cui è molto più difficile rispondere. Per prima cosa, è essenziale che diventi un prodotto

19 Nelle dieci interviste semi-strutturate condotte da Sorgo & Udovič (2022), la musica classica ovvero il violino, sono stati citati cinque volte, la Comunità degli italiani che porta il suo nome due volte, il Conservatorio di musica di Trieste una volta e Pirano e Piazza Tartini una volta ciascuno. Generalizzando un po', possiamo concludere che per gli intervistati il nome di Tartini è fortemente associato alla musica classica.

20 I partecipanti all'indagine di Udovič & Štepec (2021) hanno proposto alcuni suggerimenti per la concretizzazione di Tartini come prodotto culturale, tra cui: (1) il paté di pesce di Tartini; (2) intitolare a Tartini l'aeroporto di Sicciole; (3) intitolare a Tartini il pane tradizionale che si mangiava all'epoca di Tartini (secondo la ricetta dell'epoca). La maggior parte dei suggerimenti riguardava un violino di cioccolato con vari ripieni (marmellata di olive, sale delle saline di Sicciole, ecc.).

21 Questi punti nevralgici della divulgazione di Tartini sono stati messi in evidenza anche dal progetto *tARTini – turismo culturale all'insegna di Giuseppe Tartini*, finanziato dal progetto Interreg VA Italia-Slovenia 2014-2020 che ha avuto lo scopo di conservare, di sviluppare e di promuovere l'eredità culturale di Giuseppe Tartini. Le attività svolte dai partner sloveni e italiani hanno portato alla realizzazione di tre obiettivi specifici: (1) lo sviluppo del brand *Discover Tartini* per il prodotto turistico-culturale transfrontaliero che unisce i luoghi e l'opera di Tartini quale patrimonio comune dell'area transfrontaliera; (2) la creazione del sito internet multilingue [www.discovertartini.eu](http://www.discovertartini.eu) che presenta l'archivio digitale e il catalogo del patrimonio musicale e letterario di Tartini, la bibliografia di studi e saggistica sul lascito del violinista, nonché la guida ai luoghi tartiniani e la sezione didattica per ragazzi; (3) la creazione del percorso turistico-culturale transfrontaliero da Pirano a Padova denominato *Tartini Route* che collega i luoghi dove Tartini è nato, ha vissuto e lavorato (Interreg ITA-SLO, 2014).



Fig. 6: Dettaglio della mostra "Il Maestro delle Nazioni" al Parlamento europeo a Bruxelles (29 novembre 2022) (Bernal Revert/Ufficio dell'eurodeputato sloveno dr. Milan Brglez).

culturale, ma in un mondo molto complesso questo non basta. Tartini infatti, appartiene a un luogo che negli ultimi cento anni è cambiato profondamente, il che naturalmente influisce anche sul suo potere intrinseco di diventare un prodotto culturale e un mezzo di integrazione. Sebbene Nejc Sukljan (Hočevár, 2022, 18) sottolinei che la nazionalità di Tartini è irrilevante, poiché «[T]artini visse prima che si sviluppasse una coscienza nazionale tra i popoli europei», nella prassi quotidiana l'identità di Tartini rimane a metà strada (sull'identità e sulla territorialità cf. Baskar, 2020; Bufon, 2017; Jurič Pahor, 2015; Sedmak & Zadel, 2015; Vižintin, 2015). Ciò è confermato dai rispondenti (Udovič & Štepec, 2021) e dagli intervistati (Sorgo & Udovič, 2022), che con relativa velocità identificano Tartini in base alla nazionalità, assegnandogli così *ipso facto* l'etichetta di nostro vs. vostro. Una simile divisione binaria ovviamente non lascia spazio a tutti, ovvero a una comprensione condivisa di certe possibilità storiche e culturali – che Tartini possa essere allo stesso tempo *nostro* e *vostro* o addirittura «di tutti noi», cosa che Knez (2022, 2) riprende vagamente con le parole: «C'è spazio per tutti».

Nonostante quest'ultima limitazione, sembrano esserci segnali di un passaggio dalla separazione all'unificazione. Un esempio è stata la mostra che celebra i 330 anni dalla nascita di Giuseppe Tartini, allestita al Parlamento europeo nella prima settimana di dicembre del 2022. La mostra è stata progettata da un team di esperti

sloveni e italiani, il concerto di gala è stato eseguito da un artista sloveno e da un artista italiano<sup>22</sup> e le bandiere slovena, italiana e dell'Unione Europea sono state esposte ai lati del palco all'inaugurazione della mostra. Milan Brglez, coordinatore della mostra per conto degli eurodeputati, all'inaugurazione ha dichiarato che «una mostra su Tartini è una mostra su noi europei», aggiungendo che

*vorrebbe vedere più progetti congiunti di questo tipo al Parlamento europeo, che permettano di accrescere il riconoscimento e la reputazione della Slovenia. Tartini non solo ha insegnato come fare musica ad allievi provenienti da tutto il mondo, ma anche come rispettarci a vicenda. Quest'ultimo aspetto è estremamente importante oggi, quando le differenze tra noi sembrano più grandi di quanto non siano in realtà (Comunicato stampa di Milan Brglez, 29 novembre 2022).*

Tartini, quindi, è un ponte (diplomatico), bisogna soltanto saperlo collocare e farne buon uso. È indispensabile, però, che sia rimossa dalla sua persona l'ideologia politica, che a volte gli si attribuisce in modo indecoroso. Naturalmente, questo richiede lavoro d'insieme, spalla a spalla, per trovare un terreno comune al posto delle differenze. Forse a questo punto, più che sottolineare che «la storia non è una ciarlatanata,» come afferma Knez (2022, 2), dovremmo essere consapevoli dell'idea *Historia Magistra Vitae*. Sta a noi imparare dalla storia per non ripetere gli errori del passato che hanno causato alle città istriane tanta sofferenza.

---

22 Il concerto di apertura è stato eseguito da Domen Marinčič (Slovenia) e Federico Guglielmo (Italia).

## GIUSEPPE TARTINI: LOKALNA KULTURNA ZNAMENITOST ALI SREDSTVO SLOVENSKE KULTURNE DIPLOMACIJE DO DRUGIH DRŽAV?

*Boštjan UDOVIČ*

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Kardeljeva pl. 5, 1000 Ljubljana, Slovenija

e-mail: bostjan.udovic@fdv.uni-lj.si

*Lara SORGO*

Inštitut za narodnostna vprašanja, Erjavčeva 26, 1000 Ljubljana, Slovenija

e-mail: lara.sorgo@guest.arnes.si

## POVZETEK

*V pričujočem članku avtorja raziskujeta, če je mogoče premostiti ovire, ki bi omogočile, da bi Giuseppe Tartini postal kulturni proizvod, ter če bi lahko imel Tartini kot kulturni proizvod ‚spodobnost‘ postati sredstvo za krepitev diplomatskih aktivnosti Slovenijena kulturnem in politično-gospodarskem področju. Ugotovitvi, do katerih s pomočjo lastne raziskave prideta avtorja, sta sledeči: (1) Tartini je nasploh premalo populariziran izven svojega lokalnega okolja, zato ostaja lokalni proizvod; (2) Tako na lokalni kot na državni ravni ni oblikovana nobena strategija, ki bi omogočala prehod »Tartinija« iz kulturnega artefakta v kulturni proizvod. Razlogov za to je več, mdr. bi lahko mednje uvrstili splošno nezainteresiranost za Giuseppeja Tartinija s strani slovenskih državnih oblasti; razumevanje »Tartinija« kot lokalnega kulturnega artefakta, ki nima nacionalne mobilizatorične sposobnosti in uporabnosti; ter senca njegove ‚italijanskosti‘ (četudi je živel pred nastankom klasičnih vzorcev nacionalizma v 19. stoletju), kar tudi onemogoča njegov razvoj v nacionalno (ne etnično, ampak državno pogojeno) blagovno znamko oz. kulturni proizvod. Vse naštetu kaže na to, da se pri umestitvi oz. razvoju »Tartinija« kot blagovne znamke oz. kulturnega proizvoda na Slovenskem soočamo z dvema problemoma oz. izzivoma, ki jih do kulturnih artefaktov na svojem državnem območju še nismo zares razrešili: na dilemo etničnega ključa, ki je še vedno veliko močnejša, kot si upamo priznati, in določa takt razumevanja kulturnih vzorcev znotraj binarnih kategorij, in splošne nezainteresiranosti za dogajanje in priložnosti, ki ne izhajajo iz centra (Ljubljana), ampak z obrobja slovenske države.*

*Ključne besede: Giuseppe Tartini, kulturna diplomacija, kulturni proizvod, medkulturno povezovanje*

## FONTI E BIBLIOGRAFIA

- Bajc, Gorazd (2014):** Dietro le quinte della visita di Tito a Roma nel 1971: il contesto locale e internazionale letto dalla diplomazia britannica. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 24, 4, 713–732.
- Bajc, Gorazd (2017):** Dieci mesi che sconvolsero la Venezia Giulia. Il memorandum di Londra 1915: Questioni storiografiche e dettagli terminologici. *Acta Histriae*, 25, 4, 825–850.
- Baskar, Bojan (2020):** A Mixture Without Mixing: Fears of Linguistic and Cultural Hybridity in the Slovenian-Italian borderland. *Acta Histriae*, 28, 4, 605–622.
- Bufon, Milan (2017):** O teritorialnosti in manjšinah. *Razprave in gradivo/Treatises and Documents*, 79, 5–31.
- Canale Degrassi, Margherita (2010):** I concerti solistici di Giuseppe Tartini. Testimoni, tradizione e catalogo tematico. Tesi di dottorato. Padova, Università di Padova.
- Canale Degrassi, Margherita (2014):** I concerti di Giuseppe Tartini. Problematiche e proposte per un nuovo catalogo tematico. *De Musica disserenda*, X, 1, 41–55.
- Clarke, David (2016):** Theorising the Role of Cultural Products in Cultural Diplomacy from a Cultural Studies Perspective. *International Journal of Cultural Policy*, 22, 2, 147–163.
- Comunicato stampa di Milan Brglez (2022):** Bruxelles, 29 novembre 2022.
- Discover Tartini (2023):** Catalogo tematico delle composizioni di Giuseppe Tartini. <http://catalog.discovertartini.eu/dcm/gt/about.xq> (ultimo accesso: 2023-06-25).
- Durante, Sergio (2018):** Tartini, Padova, l'Europa. Livorno, Sillabe.
- Durante, Sergio (2022):** Intervista via e-mail. Lubiana, 14 novembre 2022.
- Gržeta, Tomaž (2020):** Kdo je Giuseppe Tartini?. <https://www.sigic.si/kdo-je-giuseppe-tartini-.html> (ultimo accesso: 2022-11-06).
- Hočevar, Ksenija (2022):** Tartini je del naše kulturne dediščine. Muzikolog dr. Nejc Sukljan o violinistu, skladatelju in glasbenem teoretiku Giuseppeju Tartiniju. *Družina*, 71, 22, 18–19.
- Ivanović, Igor (2022):** Advertising Discourse and the Pertaining Ethnography: An Ethnographic Case Study Conducted in Montenegro. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 32, 3, 465–480.
- Jurič Pahor, Marija (2012):** Čezmejni in transkulturni imaginariji: alpsko-jadranski prostor v kontekstu njegovega zamišljanja in o(d)smišljanja. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 22, 2, 409–424.
- Jurič Pahor, Marija (2015):** Od starih k novim imaginarijem pripadanja: nacionalna in etnična identiteta onkraj binarnih o/pozicij. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 25, 1, 183–196.
- Klabjan, Borut (2011):** 'Jadran je naš'. Nacionalno prisvajanje Jadranskega morja pred prvo svetovno vojno in po njej. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 21, 1, 43–54.
- Knez, Kristjan (2022):** Editoriale. Tartini, note a margine. *Il Trillo*, 62, marzo–aprile 2022, 1–2.

- Kokole, Metoda (2002):** Tartini: “maestro” narodov in kulturno življenje v obalnih mestih današnje Slovenije med 16. in 18. stoletjem. Zbornik referatov z mednarodnega simpozija 7. in 8. aprila 2001 v Piranu. Ljubljana, ZRC SAZU.
- Kokole, Metoda & Michael Talbott (gostujoča urednika) (2014):** Giuseppe Tartini in raziskave njegovega življenja, del in časa. *De musica disserenda*, 10, 1.
- Komac, Miran (2015a):** Poselitveni prostor avtohtonih narodnih manjšin. *Razprave in gradivo/Treatises and Documents*, 74, 61–91.
- Komac, Miran (2015b):** Narodne manjšine v Sloveniji 1920–1941. *Razprave in gradivo/Treatises and Documents*, 75, 49–81.
- Interreg ITA-SLO (2014):** tARTini. <https://2014-2020.ita-slo.eu/it/tartini> (ultimo accesso: 2023-06-23).
- Lampe, Urška (2018):** Guerra gelida a Belgrado. Le deportazioni in Jugoslavia dalla Venezia Giulia nel secondo dopoguerra. La questione degli elenchi e nuove fonti. *Acta Histriae*, 26, 3, 691–712.
- Lampe, Urška (2019):** Posredniška vloga delegacije Mednarodnega odbora Rdečega križa v Jugoslaviji pri reševanju usode italijanskih vojnih ujetnikov in deportirancev v Jugoslaviji v letih 1945 in 1946. *Acta Histriae*, 27, 4, 835–864.
- Nye, Joseph (2004):** *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, NY, Public Affairs.
- Orlič, Mila (2015):** Se la memoria (non) mi inganna ... L'Italia e il “confine orientale”: riflessioni sulla storia e sul suo uso pubblico. *Acta Histriae*, 23, 3, 475–486.
- Petrobelli, Pierluigi (2001):** Giuseppe Tartini. Grove Music Online. <https://doi.org/10.1093/gmo/9781561592630.article.27529> (ultimo accesso: 2022-11-06).
- Pirjevec, Jože (2015):** Soočenje kulturnih, državnih, geopolitičnih in ideoloških konceptov na stiku italijanskega in južnoslovanskega prostora (1848–1975). *Acta Histriae*, 23, 3, 377–392.
- Polzonetti, Pierpaolo (2014):** Tartini and the Tongue of Saint Anthony. *Journal of the American Musicological Society*, 67, 2, 429–486.
- Poropat Jeletić, Nada (2017):** O hrvatsko-talijanskoj dvojezičnosti u Istri i ishodima jezične doticajnosti. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 27, 3, 629–640.
- Pupo, Raoul (2012):** La più recente storiografia italiana di frontiera: alcune questioni interpretative. *Acta Histriae*, 20, 3, 293–306.
- Rakušček, Janez (2022):** Izjava. In: Drozg, Miha: 24ur FOKUS. PopTV, 26. 6. 2022.
- Režek, Mateja (2016):** Obmejni fašizem in antifašizem v slovenskih zgodovinskih učbenikih od konca druge svetovne vojne do danes. *Acta Histriae*, 24, 4, 905–918.
- Rudolph, Harriet (2013):** The Material Culture of Diplomacy. The Impact of Objects on the Dynamic of Habsburg-Ottoman Negotiations at the Sublime Porte (1530–1650). In: Barth-Scalmani, Gunda, Rudolph, Harriet & Christian Steppan (ed.): *Politische Kommunikation zwischen Imperien. Der diplomatische Aktionsraum Südost- und Osteuropa*. Innsbruck, StudienVerlag, 211–237.
- Sedmak, Mateja & Maja Zadel (2015):** (Mešane) kulturne identitete: konstrukcija in dekonstrukcija. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 25, 1, 155–170.
- Sivec, Ivan (2012):** Moj ljubljani Tartini. Kamnik, Ico.

- Sivec, Ivan (2022):** Ali je bil Tartini sploh Slovenec? <https://www.rtv slo.si/kolumne/ali-je-bil-tartini-spl oh-slovenec/619463> (ultimo accesso: 2022-11-06).
- Sorgo, Lara & Boštjan Udovič (2022):** Interviste con 10 interlocutori. Pirano/Saliburgo, 27 giugno 2022.
- Sukljan, Nejc (ed.) (2022a):** In Search of Perfect Harmony: Tartini's Music and Music Theory in Local and European Context. Berlin, Peter Lang.
- Sukljan, Nejc (2022b):** Intervista via e-mail. Lubiana, 13 novembre 2022.
- Taschetti, Gabriele (ed.) (2022):** Giuseppe Tartini: Fundamental Questions. Berlin, Peter Lang.
- Udovič, Boštjan (2022):** Regionalizacija in marginalizacija: stekleni stolp skladateljev Slovenske Istre v slovenskem glasbenem observatoriju – primer Vladimirja Lovca in Giuseppeja Tartinija. Vladimir Lovce Simpozij ob 100-letnici rojstva Vladimirja Lovca (1922–1992) in 60-letnici Oddelka za muzikologijo Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani, 18. 11. 2022. Koper, Pretorska palača.
- Udovič, Boštjan & Matevž Štepec (2021):** Tartini v Sloveniji. Baza podatkov v 1ka.
- Udovič, Boštjan & Matevž Štepec (2022):** Giuseppe Tartini as a (Missed) Opportunity for Slovenia's Cultural Diplomacy. In: Taschetti, Gabriele (ed.): Giuseppe Tartini: Fundamental Questions. Berlin, Peter Lang, 185–202.
- Udovič, Boštjan & Sonja Novak Lukanović (2022):** Slovenian-Italian Bilingualism Bonus in Socialist Slovenia: Domestic Policy or Yugoslav Diplomatic Prestige? Draft.
- Udovič, Boštjan, Snježana Janž in Tanja Žigon (2023):** "Forgotten Friend(s)": Polish Literary Diplomacy in Slovenia. East European Politics and Societies.
- Umer Kljun, Jerneja (2015):** Dojemanje mešane identitete in kodnega preklapljanja med pripadniki italijanske narodne skupnosti v Slovenski Istri. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 25, 1, 223–234.
- Vižintin, Marjanca A. (2015):** Prepoznavanje kulturne mešanosti in sestavljene identitete znotraj državnih meja. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 25, 2, 211–222.
- Zaccaria, Benedetto (2019):** Blowing Up the Self-Management Bubble: Yugoslav Propaganda and Italian Reception in the Early 1970s. *Acta Histriae*, 27, 1, 125–142.
- Žigon, Tanja, Kondrič Horvat, Vesna & Boštjan Udovič (2020):** Vprašanja identitet, migracij in transkulturalnosti: primer pesnice Cvetke Lipuš. Dve domovini/Two Homelands, 51, 185–200.
- Žitko, Duška (2017):** Giuseppe Tartini. Piran, Pomorski muzej Sergej Mašera.
- Žitko, Salvator (2015):** Od iredentizma do intervencionizma: na prelomu 19. in 20. stoletja do vstopa Italije v prvo svetovno vojno. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 25, 4, 861–884.
- Žitko, Salvator (2022):** Vrnitev v Italiji zadržanih umetnin in arhivov iz Kopra, Izole in Pirana: zgodovina neke problematike ali problematika neke zgodovine?. *Annales, Series Historia et Sociologia*, 32, 1, 1–38.