

10
2016

Aggiornamenti

Rivista dell'Associazione dei docenti di italiano in Germania



Stati Generali della Lingua Italiana in Germania

Monaco di Baviera - 08 aprile 2016

L'italiano nelle
scuole tedesche

pag. 6

Iniziative
scolastiche

pag. 12

L'italiano nei
centri linguistici
interfacoltà

pag. 20

L'italiano nelle VHS

pag. 28

Promozione
dell'italiano

pag. 20

10 parole per
L'italiano

pag. 36

Aggiornamenti Numero 10 • anno 6 (2016)

Herausgeber: ADI e.V.

C/O Sprachenzentrum der Universität Bamberg
An der Weberei 5 • 96047 Bamberg
www.adi-germania.org • info@adi-germania.org

Verantwortlich: ADI e.V.

Redaktion: Tatiana Bisanti • Livia Novi • Davide Schenetti
info@adi-germania.org

Bezugspreis: Bezugspreis ist im Mitgliedsbeitrag enthalten

Gesamtherstellung: ADI e.V. C/O Sprachenzentrum der Universität Bamberg
An der Weberei 5 • 96047 Bamberg

Anzeigenannahme: info@adi-germania.org

Copertina: Elaborazione grafica di Davide Schenetti

ISSN 2199-2711



9 772199 271004

“Siamo la quarta o quinta lingua più studiata al mondo, e in crescita”. Questo il proclama trionfale che ha dato il via ai primi *Stati Generali della Lingua Italiana nel Mondo* (Firenze, 21-22 ottobre 2014). I dati presentati in questa occasione indicavano un milione e mezzo di studenti di italiano a livello internazionale: in testa alla classifica dei vari paesi la Germania con oltre 300.000 studenti. Dati in crescita, se si vuol dar credito al convegno fiorentino del 2015 “Riparliamone: la lingua ha valore”, nato come prosecuzione degli SGLI: gli studenti a livello internazionale erano saliti a 1.700.000, crescita registrata anche in Germania. Trend positivo confermato poi nel corso dei secondi Stati Generali della Lingua Italiana nel Mondo (Firenze 17-18 ottobre 2016): il portale della lingua italiana, inaugurato in questa occasione, conta un totale di 2.233.373 studenti di italiano, al primo posto la Germania con 337.553 unità. È sulla scia di questi dati che l'ADI ha deciso di organizzare i primi *Stati Generali della Lingua Italiana in Germania* (SGLIG), con l'intento di offrire una mappatura delle varie realtà della didattica dell'italiano nel paese che risulta essere il primo in classifica. In preparazione al convegno, che ha avuto luogo a Monaco di Baviera l'8 aprile 2016, l'ADI ha promosso un censimento dell'insegnamento dell'italiano nelle università tedesche distribuendo un questionario al quale ha aderito la stragrande maggioranza degli atenei. Durante la giornata monacense, organizzata in collaborazione con l'Università Ludwig Maximilian di Monaco, l'Istituto Italiano di Cultura e il Consolato Generale d'Italia di Monaco di Baviera, e con il patrocinio dell'Ambasciata d'Italia, è stata messa a fuoco la situazione dei corsi di italiano all'università (Dipartimenti di Lingua e Letteratura Italiana e Centri Linguistici Interfacoltà), nelle scuole, nei corsi organizzati dai Consolati e dagli enti gestori, negli Istituti Italiani di Cultura e nelle *Volkshochschulen*.

Una costante attraversa tutte le relazioni, nonostante l'eterogeneità delle situazioni descritte: la presa d'atto che negli ultimi anni l'italiano in Germania, pur mantenendo un ruolo importante, è andato progressivamente perdendo terreno. I dati

Argomenti

presentati confermano quella che, a livello impressionistico, è la sensazione condivisa da chi si trova ad operare nelle varie realtà. Nei casi in cui è stato possibile osservare l'evoluzione dei corsi rispetto a qualche anno fa, il calo del numero di studenti è un dato incontrovertibile. A questo si aggiungano poi i risultati dell'indagine condotta nei corsi universitari sulle dieci parole che gli studenti associano all'Italia. Le risposte confermano un attaccamento ai consueti stereotipi alimentari o vacanzieri: se da un lato è ormai quasi stata rottamata da parte degli studenti l'idea dell'italiano come lingua di cultura, dall'altro la nostra lingua sembra ancora essere, nella percezione di chi la studia, del tutto impermeabile all'innovazione e alle tendenze del mondo contemporaneo.

I contributi pubblicati in questo numero di *AggiornaMenti* comprendono gli interventi relativi alle varie realtà della didattica dell'italiano, i dati e le statistiche risultanti dal questionario delle "10 parole" e la trascrizione della discussione finale a cui hanno partecipato tutti i relatori. Per i dati del questionario sull'insegnamento dell'italiano nelle università tedesche si rimanda al sito web dell'ADI (www.adi-germania.org).

**Tatiana
Bisanti**
Presidente
ADI e.V.

Su due punti in particolare i partecipanti della giornata di Monaco di Baviera si sono trovati d'accordo. Da un lato l'esigenza di un coordinamento fra tutte le parti in gioco: le istituzioni italiane e tedesche, le varie realtà dell'insegnamento, il mondo eterogeneo dell'italofonia in Germania. Dall'altro la necessità di ripetere regolarmente incontri che servano a fare il punto sulla situazione dell'italiano in Germania. L'ADI ha lanciato una sfida: starà a tutti adesso coglierla.

Indice

L'italiano nelle scuole tedesche ___ 6

Antonio Bentivoglio

Iniziative scolastiche e insegnamento dell'italiano in Germania _____ 12

Maria Concetta Capilupi

L'italiano presso i centri linguistici interfacoltà _____ 20

Paola Cesaroni

La situazione della lingua italiana nelle Volkshochschulen tedesche 28

Anna Maria Arrighetti

La promozione dell'italiano in Germania _____ 36

Giulia Berchio

Dieci parole per l'italiano _____ 44

Materiali e dati

Tatiana Bisanti, Andrea Palermo,
Davide Schenetti

Die Zukunft der italienischen Sprache: Fokus Deutschland _____ 60

Pressemeldung des ADI e.V.

Discussione finale _____ 63

trascrizione della discussione
moderata dal Prof. Paolo E. Balboni

Italiano in Germania: ci vuole più coordinamento _____ 79

Comunicato stampa dell'ADI e.V.

Da Monaco a Firenze _____ 81

Comunicato stampa dell'ADI e.V.

Documenti _____ 85

Suggerimenti _____ 98

L'italiano nelle scuole tedesche

Antonio Bentivoglio

Il seguente testo è la trascrizione dell'intervento del professor Antonio Bentivoglio del liceo Adam Kraft di Schwabach in Baviera. In fase di revisione sono stati apportati cambiamenti minimi per rendere il testo, originariamente orale, più adatto alla lettura.

Analizzando lo stato dell'italiano nelle scuole tedesche è necessario toccare alcuni punti fondamentali. Innanzitutto si parte da una descrizione generale dell'argomento, per poi passare ad un'analisi dei problemi immanenti al sistema e a quelli extrascolastici. Infine verranno presentate alcune soluzioni, o meglio suggerimenti per migliorare la situazione

Prima di tutto bisogna sottolineare come le roccaforti dell'italiano in Germania si trovino in Baden Württemberg, in Baviera e in Nord-Rhein-Westfalen, *Länder* nei quali sono anche presenti comunità italiane numerose.

Nonostante a partire dal 2011 ci sia un calo generale dell'interesse per l'italiano, nelle tre regioni di spicco si ha invece un aumento dell'interesse

nel 2012 dovuto probabilmente al passaggio dal G9 al G8, a cui segue però un calo in linea con gli altri *Bundesländer*.

Il passaggio dal liceo di nove anni a quello di otto, in cui il ruolo già marginale dell'italiano viene ancora più ridotto, spiega a mio parere anche il calo di medio periodo, a cui si aggiunge anche un calo demografico.¹

Linguistico	Prove scritte	Scientifico-mat.	Prove scritte
Inglese	3	Inglese	3
Francese	3	Francese Latino	3
Italiano	4	Chimica	2
Matematica	3	Matematica	3
Fisica	2	Fisica	2
TOT.	15		13

Tabella 1: Numero di prove scritte nei licei per ramo scelto

¹ Tutti i dati sull'italiano nelle scuole di secondo grado sono pubblicati al termine dell'articolo.

Problemi immanenti al sistema

Fra i problemi immanenti al sistema possiamo menzionare in primo luogo i libri di testo, che non sono più adatti per lo studio dell'italiano nel contesto del G8 e non rispecchiano le esigenze e i metodi didattici più attuali.

Diversi problemi derivano poi dai piani di studio, in cui la tendenza attuale è quella di un approccio pratico-utilitaristico. Dopo lo shock dei dati dello studio di Pisa si è data molta più importanza alle competenze rispetto ai contenuti, ovvero si è portata al centro la tendenza ad insegnare a risolvere problemi in una situazione comunicativa:

*Kompetenzen sind verfügbare Fertigkeiten und Fähigkeiten bestimmte Probleme zu lösen und die Problemlösungen in variablen Situationen erfolgreich nutzen zu können.*²

Questa tendenza è da un lato molto positiva perché gli alunni sanno parlare molto bene in situazioni quotidiane, ma ci pone davanti al problema di una scelta dei contenuti da rivedere. Se parliamo ad esempio di analisi di un testo scritto, infatti, questa didattica pratico-utilitaristica indica le seguenti competenze:

- acquisire mezzi linguistici per estrarre informazioni rilevanti;
- acquisire strategie per dedurre significati di passaggi che contengono mezzi linguistici sconosciuti;
- applicare queste strategie e conoscenze per estrarre le informazioni importanti per il lettore.

È evidente a tutti che questo approccio può funzionare con un testo pratico come ad esempio un manuale o un articolo di giornale, ma non con un testo culturale come la Divina Commedia.

Nei piani di studio si riscontra poi il problema dei contenuti. Parlando di un pubblico particolare ed estremamente eterogeneo come quello degli adolescenti, è infatti fondamentale definire i contenuti adatti alle diverse fasce d'età e chiedersi se veramente siano stati scelti quelli più opportuni. Il programma ministeriale bavarese per il secondo anno di italiano nei licei propone ai ragazzi della fascia d'età 13-14 anni, tra i contenuti di competenza interculturale, personaggi come Lorenzo il Magnifico, Leonardo Fibonacci, Guglielmo Marconi, Rita Levi Montalcini e Margherita Hack. La domanda se queste scelte siano adeguate al pubblico a cui ci si vuole rivolgere è quindi pertinente e non secondaria.

Un altro aspetto molto pratico, ma dal mio punto di vista estremamente importante nella decisione di un ragazzo che si trova a scegliere tra ramo scientifico e ramo linguistico è rappresentato dal numero di compiti che si devono sostenere in un anno scolastico. Infatti chi sceglie un indirizzo linguistico, dovrà sostenere due prove in più rispetto a quelli che decidono di scegliere un indirizzo scientifico, come si vede dalla tabella 1.

In un sistema dell'istruzione fortemente federale come quello tedesco si sente poi la mancanza di normative a livello nazionale: ad oggi esistono indicazioni standardizzate solo per le prime e le seconde lingue, nelle quali si è data una struttura unitaria a competenze, contenuti e strategie. Queste normative aggiungono anche altri temi come arte, cinema, cultura e letteratura. Sarebbe importante estendere questi standard nazionali anche alle altre lingue.

Un altro problema è rappresentato dalle cooperazioni. Innanzitutto è da notare come siano ancora poche le scuole che offrono corsi di preparazione al CILS (Certificazione di

² Fonte: <https://lehrerfortbildung-bw.de>

Italiano come Lingua Straniera) o ad altre certificazioni.

In questo ambito cadono poi anche gli scambi fra scuole, che sono molto importanti sia per motivi politici che per motivi didattici. Tuttavia in questi scambi viene data più importanza alla visita della città, dei musei e delle zone limitrofe, piuttosto che al contatto personale diretto dei ragazzi con i loro coetanei. In famiglia questo avviene ma a livello scolastico c'è un incontro molto limitato. Mi sembra importante anche sottolineare come in Germania si parli sempre di "Schüleraustausch" (trad. scambio fra studenti), mentre in Italia si parli di "scambio culturale".

Problemi extrascolastici

Anche a livello extrascolastico ci sono alcuni problemi importanti. In primo luogo il valore che viene riconosciuto alle lingue straniere, in particolare le terze lingue come l'italiano, che vengono spesso surclassate dalle cosiddette materie "MINT" (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik), ovvero le materie scientifiche e tecniche. Non è una tendenza di per sé negativa ma ha conseguenze negative: la prima lingua, l'inglese, ha sempre più importanza perché viene insegnato che è la lingua più parlata e conosciuta al mondo e per questo non serve conoscere ulteriori lingue straniere e ci si può concentrare sulle materie più tecniche e scientifiche.

Un'altra conseguenza negativa è dovuta all'introduzione nelle scuole di altre lingue come lo spagnolo, il cinese, il turco e il russo. Neanche questo allargamento dell'offerta è di per sé negativo, ma se consideriamo il fatto che queste lingue minori vengono finanziate sempre con lo stesso budget di un decennio fa, che una volta era riservato solo al francese e all'italiano risulta chiaro che si crea una concorrenza tra poveri che non può essere positiva: se più alunni scelgono di frequentare

ad esempio un corso di spagnolo rispetto ad un corso di italiano, quest'ultimo verrà penalizzato per mancanza di fondi.

Un ultimo problema si riscontra nell'immagine dell'Italia nei mass media tedeschi; un'immagine che è spesso o inesistente o fossilizzata su meri stereotipi. Questo è un campo in cui ciascuno di noi può fare poco, ma che sicuramente influenza l'atteggiamento di fondo di molte persone nei confronti dell'italiano.

Concludendo possiamo allora dire che ci sono diversi ambiti d'azione per cercare di migliorare lo stato dell'italiano nelle scuole tedesche. Prima di tutto bisognerebbe creare dei programmi equilibrati che tengano conto dell'approccio pragmatico all'italiano e contemporaneamente indichino una definizione più ampia di competenza, che include cultura, storia, estetica, ecc.

Inoltre sarebbe utile che ci fossero delle normative nazionali per le terze lingue in modo da dar loro più importanza e maggiore fondamento. Si dovrebbe poi cercare di costruire un'immagine più positiva dell'Italia in ogni ambito e ad ogni livello e infine sarebbe necessario trovare un formato per trasformare gli scambi da gite culturali a occasioni di vero incontro personale.

**Antonio
Bentivoglio
Adam-Kraft-
Gymnasium
Schwabach**

Schuljahr	Sprachen	Vergleich zum Vorjahr	Insgesamt	Land															
				Baden-Württemberg 1)	Bayern	Berlin 2)	Brandenburg	Bremen	Hamburg	Hessen 3)	Mecklenburg-Vorpommern	Niedersachsen	Nordrhein-Westfalen	Rheinland-Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-Anhalt	Schleswig-Holstein 4)	Thüringen
2011/12	Englisch		7 551 732	1 072 300	1 064 867	263 079	178 153	51 335	170 846	530 334	109 847	661 530	2 178 800	416 031	48 716	252 835	152 839	259 363	140 857
2011/12	Französisch		1 632 803	316 163	169 868	60 262	42 386	8 252	27 033	139 559	17 162	130 323	387 431	107 574	54 593	52 191	23 330	54 049	42 627
2011/12	Latein		772 705	78 412	154 944	22 790	11 633	3 003	15 347	57 961	5 687	66 337	224 795	47 166	3 046	18 897	7 745	37 944	17 098
2011/12	Altgriechisch		14 000	1 692	3 352	2 055	51	115	739	1 068	42	671	2 425	990	66	127	121	403	83
2011/12	Spanisch		374 664	40 268	31 962	19 630	9 920	10 295	23 017	37 917	5 566	32 519	122 679	8 052	3 918	8 161	2 884	14 578	3 278
2011/12	Italienisch		58 020	9 752	12 985	2 039	18	229	272	4 149	-	871	24 028	1 488	398	601	751	61	438
2011/12	Russisch		106 620	8 325	927	4 847	12 241	547	1 421	2 015	6 581	2 511	11 994	1 161	-	19 933	15 229	1 124	17 764
2011/12	Türkisch		10 011	40	226	1 375	-	471	827	3	-	-	7 041	28	-	-	-	-	-
2011/12	Sonstige Sprachen		65 648	1 892	9 456	4 221	2 614	369	457	615	1 220	2 902	5 892	121	270	6 281	139	8 929	330
2011/12	Gesamt:		10 586 203	1 528 804	1 448 587	380 298	257 016	74 616	239 959	773 521	146 105	897 664	2 985 085	582 611	110 947	359 026	203 038	376 451	222 475
2012/13	Englisch	-1,45%	7 443 685	1 037 259	1 046 373	259 153	178 601	48 880	172 092	525 127	112 610	652 404	2 141 357	406 954	48 490	262 009	154 584	253 657	144 135
2012/13	Französisch	-2,11%	1 599 073	306 896	169 610	59 216	42 011	8 335	25 298	132 015	18 007	126 583	383 523	104 110	53 837	54 919	24 407	47 030	43 276
2012/13	Latein	-4,36%	740 302	74 602	150 218	21 516	11 277	3 047	12 753	52 865	5 998	62 989	218 141	45 445	2 978	19 230	7 871	34 514	16 858
2012/13	Altgriechisch	-9,64%	12 769	1 531	3 369	1 918	51	353	742	880	711	1 618	1 618	128	43	128	101	292	62
2012/13	Spanisch	2,63%	384 781	37 120	32 756	22 147	10 633	9 673	24 003	38 771	5 899	35 707	127 120	8 260	3 860	9 270	3 352	12 540	3 670
2012/13	Italienisch	1,33%	58 805	9 395	13 218	2 091	22	443	230	3 746	6 894	2 557	12 448	1 461	263	630	738	96	462
2012/13	Russisch	1,63%	108 391	8 935	944	4 794	11 414	847	1 284	1 986	6 894	2 557	12 448	1 163	-	21 988	15 451	841	17 745
2012/13	Türkisch	21,83%	12 807	81	316	1 498	-	1 069	1 040	8	-	62	8 716	2	15	-	-	-	-
2012/13	Sonstige Sprachen	1,31%	66 518	1 501	9 829	4 116	2 455	559	676	586	1 446	3 255	25 998	95	22	7 453	140	8 002	385
2012/13	Gesamt:	-1,53%	10 427 131	1 476 420	1 426 633	376 449	256 464	73 206	238 118	755 984	150 854	885 023	2 944 176	568 460	109 493	375 642	206 644	356 972	226 593
2013/14	Englisch	-1,86%	7 307 948	1 017 140	1 028 332	261 206	180 678	51 727	176 892	507 871	113 821	640 599	2 057 892	398 922	49 596	268 188	156 635	250 533	146 916
2013/14	Französisch	-2,75%	1 556 275	303 113	167 843	57 097	41 836	7 475	23 656	121 250	17 421	121 385	369 099	100 525	53 808	56 898	24 810	52 119	43 940
2013/14	Latein	-4,36%	709 407	71 558	145 114	20 788	11 768	2 390	11 873	47 984	5 921	59 967	207 009	44 601	2 826	19 215	8 217	33 289	16 887
2013/14	Altgriechisch	-5,23%	12 134	1 573	3 287	1 616	38	78	748	853	27	696	1 635	958	61	134	81	271	78
2013/14	Spanisch	1,73%	391 552	36 795	33 551	23 955	11 833	7 920	27 298	38 536	6 730	39 214	119 165	8 146	4 025	10 477	3 596	16 124	4 247
2013/14	Italienisch	-11,66%	52 666	8 933	12 940	1 958	15	194	302	2 751	15	770	21 387	1 379	243	638	790	35	416
2013/14	Russisch	-1,18%	107 132	7 902	906	4 684	11 335	577	1 151	1 511	6 382	2 366	10 683	1 134	2	23 138	16 371	827	18 163
2013/14	Türkisch	-2,06%	12 549	315	298	1 321	-	880	1 527	9	-	-	8 191	4	-	4	-	-	-
2013/14	Sonstige Sprachen	3,79%	69 136	1 448	10 646	3 884	2 402	542	898	486	1 437	3 288	24 757	86	20	8 031	107	10 725	379
2013/14	Gesamt:	-2,04%	10 218 799	1 448 717	1 402 817	376 509	259 905	71 783	244 345	721 251	151 754	868 285	2 813 818	555 755	110 581	387 723	210 607	363 923	231 026
2014/15	Englisch	-0,47%	7 274 027	1 002 258	1 057 610	264 768	183 097	51 863	177 177	495 129	116 926	629 866	2 023 260	384 102	49 503	274 342	159 204	246 904	148 018
2014/15	Französisch	-1,35%	1 535 600	300 582	172 853	55 849	42 103	7 638	26 850	112 439	18 258	119 101	351 546	98 131	54 368	58 233	25 017	49 199	43 433
2014/15	Latein	-3,02%	688 625	69 063	146 536	19 912	12 039	2 500	13 374	42 941	6 043	57 085	199 196	41 649	3 005	19 090	8 184	31 088	16 920
2014/15	Altgriechisch	-2,69%	11 820	1 535	3 451	1 579	37	58	847	563	53	669	1 430	923	55	126	93	277	104
2014/15	Spanisch	3,13%	404 183	36 282	33 949	24 758	13 168	8 284	30 475	36 885	6 809	42 753	122 490	8 157	3 886	11 624	3 758	16 105	4 800
2014/15	Italienisch	-3,24%	51 012	8 703	12 657	1 938	15	188	338	2 291	6 210	2 298	10 990	1 358	288	669	688	19	471
2014/15	Russisch	1,64%	108 922	7 576	838	4 846	11 438	682	1 215	976	6 210	2 298	10 990	1 151	1	24 176	16 870	811	18 844
2014/15	Türkisch	-3,01%	12 182	79	107	1 405	-	804	1 820	-	-	8	7 954	2	-	3	-	-	-
2014/15	Sonstige Sprachen	3,19%	71 416	1 459	13 277	4 150	2 528	429	1 093	272	1 585	3 227	25 332	112	5	6 264	209	11 095	379
2014/15	Gesamt:	-0,60%	10 157 787	1 427 537	1 441 278	379 205	264 425	72 446	253 199	691 516	155 913	855 760	2 762 805	545 585	111 111	394 527	214 023	355 498	232 969

Confronto tra numero di studenti per lingua straniera nelle scuole secondarie tedesche (Dati del Bundesamt für Statistik)

Schulart/Bildungsbereich/ Klassen-/Jahrgangsstufe	Schuljahr			
	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15

Italienisch

Grundschulen.....	412	420	299	290
Hauptschulen.....	64	63	232	39
Schularten mit mehreren Bildungsgängen.....	23	20	24	21
Realschulen.....	2327	2132	1489	1504
G8 - Gymnasien.....	35894	41776	40778	39480
G9 - Gymnasien.....	12219	7111	2716	2560
Integrierte Gesamtschulen.....	6925	7084	6934	6952
Freie Waldorfschulen.....	9	1	1	3
Förderschulen.....	12	14	8	12
Abendschulen und Kollegs.....	121	162	170	128

Schuljahr	Insgesamt	Land			
		Baden-Württemberg	Bayern	Berlin	Brandenburg
2011/12	58 020	9 752	12 985	2 039	18
2012/13	58 805	9 395 -3,80%	13 218 1,76%	2 091 2,49%	22 18,18%
2013/14	52 666	8 933 -5,17%	12 840 -2,94%	1 958 -6,79%	15 -46,67%
2014/15	51 012	8 703 -2,64%	12 657 -1,45%	1 938 -1,03%	15 0,00%

Schuljahr	Insgesamt	Land				
		Bremen	Hamburg	Hessen	Mecklenburg-Vorpommern	Niedersachsen
2011/12	58 020	229	272	4 149	-	871
2012/13	58 805	443 48,31%	230 -18,26%	3 746 -10,76%	-	755 -15,36%
2013/14	52 666	194 -128,35%	302 23,84%	2 751 -36,17%	15 100,00%	770 1,95%
2014/15	51 012	188 -3,19%	338 10,65%	2 291 -20,08%	29 48,28%	753 -2,26%

Schuljahr	Insgesamt	Land				
		Nordrhein-Westfalen	Rheinland-Pfalz	Saarland	Sachsen	Sachsen-Anhalt
2011/12	58 020	24 028	1 488	338	601	751
2012/13	58 805	25 255 4,86%	1 461 -1,85%	263 -28,52%	630 4,60%	738 -1,76%
2013/14	52 666	21 387 -18,09%	1 379 -5,95%	243 -8,23%	638 1,25%	790 6,58%
2014/15	51 012	20 607 -3,79%	1 358 -1,55%	288 15,63%	669 4,63%	688 -14,83%

Schuljahr	Insgesamt		Schleswig-Holstein		Thüringen	
2011/12	58 020	61		438		
2012/13	58 805	96	36,46%	462	5,19%	
2013/14	52 666	35	-174,29%	416	-11,06%	
2014/15	51 012	19	-84,21%	471	11,68%	

Iniziative scolastiche e insegnamento dell'italiano in Germania

Maria Concetta Capilupi

Dati e testo base elaborati dall'Ambasciata d'Italia a Berlino. Presentazione e analisi della Dirigente Scolastica Maria Concetta Capilupi dell'Ufficio scuola del Consolato Generale di Monaco di Baviera.

In base alle misure di contenimento della spesa previste dalla Legge n. 135/2012

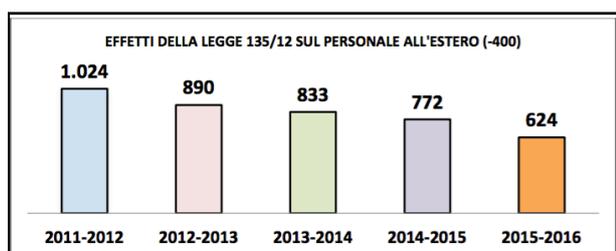


Fig. 1: Contingente del personale scolastico MAECI in servizio all'estero

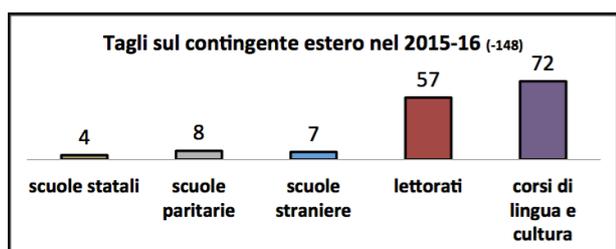


Fig. 2: Tagli sul contingente estero

(*spending review*), nell'anno 2015-2016 si è

raggiunto il limite massimo di 624 unità del contingente scolastico comandato all'estero. Negli ultimi cinque anni si è avuta una riduzione di personale pari al 39% (cfr. fig. 1).

La riduzione di quest'anno ha colpito in particolare i lettorati e i docenti dei corsi di lingua e cultura (ex art. 636 l. 297/94).

Contingente in Germania

Gli effetti della *spending review* in Germania sono stati percentualmente più pesanti: la riduzione del personale è stata negli ultimi cinque anni del 47%.

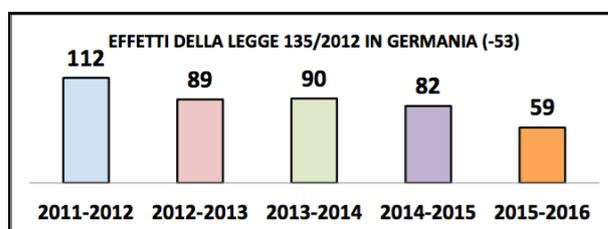


Fig. 3: Riduzione del personale in Germania

Nel solo 2015-16 il taglio è di 23 unità pari al 28% dell'anno precedente: diminuiscono del 41% i docenti inviati per i corsi

di lingua e cultura e diminuisce del 62% il personale amministrativo complessivo, tant'è che due Uffici scolastici presso le rappresentanze diplomatiche, su quattro facenti capo a un Dirigente, funzionano senza personale tecnico; rimangono invece stabili i docenti inviati nelle scuole e sezioni bilingue e i Dirigenti scolastici.

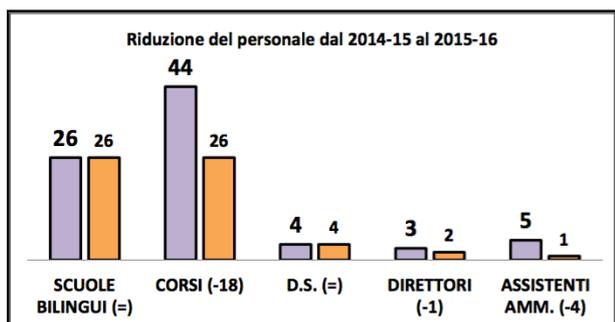


Fig. 4: Riduzione del personale in Germania nel periodo 2014-2015

Nelle tabelle alla fine dell'articolo sono riportati per circoscrizione consolare i numeri dei docenti comandati dal Ministero degli esteri e della cooperazione economica nelle scuole tedesche con sezioni bilingue, quelli nei corsi di lingua e cultura per le circoscrizioni e infine un prospetto riassuntivo di tutto il personale scolastico in Germania.

Il Progetto Pilota di miglioramento della qualità dei corsi di lingua e cultura

Il Progetto Pilota biennale nasce dalla cooperazione tra il MAECI e le Università per Stranieri di Siena, Perugia e Roma Tre ed è attuato, in collaborazione con gli Enti gestori dei corsi di lingua e cultura italiana di cui al d.lgs 294/97, a partire dal 2014. Lo scopo è quello di contribuire al miglioramento dell'insegnamento e dell'apprendimento della lingua nei corsi offerti in maniera capillare, ai ragazzi e alle ragazze in età scolare e più in generale a una utenza molto numerosa e variegata in tutta la Germania.

Nell'anno in corso per la realizzazione di tale progetto, sono state inviate dall'Italia cinque neo-laureate esperte nell'insegnamento dell'italiano come lingua straniera, le quali affiancano i docenti locali dei corsi organizzati tramite gli Enti gestori.

Obiettivi

Attraverso la sinergia tra dirigenti scolastici, docenti assunti in loco, responsabili degli enti gestori e neolaureati inviati dall'Italia il progetto intende sviluppare percorsi di condivisione di esperienze e competenze, favorire l'elaborazione di buone pratiche didattiche e incrementare l'utilizzo di metodologie innovative. Il consolidamento della rete collaborativa oltre che favorire l'ottimizzazione delle risorse e la capacità di crescita culturale del sistema generale, consente una certa omogeneità nella qualità dell'offerta formativa già in atto sul territorio e l'armonizzazione delle prassi organizzative.

Enti che hanno aderito al Progetto Pilota

Nel 2016 hanno aderito al Progetto Pilota i seguenti enti

- Amburgo - Ial-Cisl
- Dortmund - Vestfalia
- Francoforte - Ial-Cisl
- Monaco - Ial-Cisl
- Stoccarda - Ial-Cisl

Nel 2015 gli enti erano otto:

- Amburgo - Ial-Cisl
- Dortmund - Vestfalia
- Francoforte - Ial-Cisl
- Friburgo- Co.as.sc.it
- Monaco - Ial-Cisl
- Norimberga- As.sc.it

- Saarbrücken- Co.as.sc.it
- Stoccarda - Ial-Cisl

Fasi di attuazione

Delle 4 fasi previste ne sono state attualmente realizzate 3:

- osservazione dei corsi da parte delle neo-laureate;
- realizzazione del progetto e monitoraggio intermedio;
- definizione degli interventi correttivi e prosecuzione del progetto.

La quarta fase prevede un monitoraggio finale e la presentazione dei risultati.

Gli Enti hanno prestato la massima collaborazione per il buon esito del progetto, accompagnandolo in tutte le fasi di realizzazione. I Dirigenti scolastici hanno mantenuto, in stretto contatto con gli Enti e con le neo-laureate, una funzione di coordinamento e monitoraggio.

Le neo-laureate sono state impegnate nelle classi per 18 ore settimanali sia in attività di docenza sia di co-docenza; hanno partecipato agli incontri collegiali previsti dagli Enti e dai Dirigenti scolastici; hanno svolto attività di progettazione ed elaborato, in collaborazione coi docenti locali, materiale didattico sperimentato poi nei corsi.

Iniziative scolastiche organizzate dagli Enti gestori

L'Ambasciata d'Italia in Germania, alla luce delle risorse via via decrescenti, ha promosso un'azione di razionalizzazione delle iniziative scolastiche di cui all'art. 636 del D.L. 297/94. Pertanto, sarà sempre più necessario concentrare le disponibilità economiche su quelle iniziative più virtuose, che permettono maggiormente di

conseguire gli obiettivi sperati secondo criteri di efficacia, efficienza ed economicità.

Gli Enti attivi in Germania sono passati da 27 nel 2011 a 12 nel 2016.

In seguito ai tagli del contingente dei docenti di ruolo MAECI, gli enti gestori hanno assicurato lo svolgimento dei corsi di lingua e cultura con docenti assunti in loco, ricevendo per questo contributi crescenti.

Qui di seguito i contributi assegnati agli Enti gestori negli ultimi 9 anni: dal 2008 al 2012 si riducono del 78%; dal 2013, corrispondentemente alla riduzione del numero di docenti di ruolo assegnati al contingente estero, aumentano fino al 2015 del 78,45% (rispetto al 2012); nel 2016 diminuiscono di nuovo del 16%, nonostante la contemporanea diminuzione dei docenti MAECI.

Contesti di insegnamento ed apprendimento dell'italiano

L'esercizio di rilevazione dei dati riguardanti gli apprendenti la lingua italiana nelle istituzioni scolastiche risulta in Germania particolarmente complesso a causa della struttura federale del Paese. I dati di seguito presentati, sebbene reali e corretti, non possono ritenersi esaustivi della effettiva diffusione dell'italiano in Germania, sia per la mancata comunicazione di dati da parte di numerose istituzioni scolastiche locali, sia per l'eterogeneità dell'offerta didattica in un Paese in cui l'istruzione è materia delegata ad ogni singolo Land. Ciò non consente di fotografare l'esatta dimensione della diffusione della nostra lingua. I dati raccolti dall'Ambasciata d'Italia a Berlino sono relativi ai seguenti contesti scolastici di insegnamento ed apprendimento dell'italiano:

- scuole tedesche statali che offrono

l'apprendimento dell'italiano come seconda, terza o quarta lingua straniera;

- scuole tedesche statali con classi bilingui che offrono l'apprendimento dell'italiano come lingua partner
- corsi di lingua e cultura italiana con docenti MAECI
- corsi di lingua e cultura italiana gestiti dagli Enti con docenti locali

Scuole tedesche statali che offrono l'apprendimento dell'italiano come seconda, terza o quarta lingua straniera

I numeri degli apprendenti italiano nelle scuole tedesche sono elevati ma il dato riportato indica una riduzione negli anni considerati di più del 3%; una tendenza che preoccupa perché rivelatrice della forte concorrenza delle altre lingue già radicate, lo spagnolo in primis, e di lingue non "tradizionali" come il cinese.

Corsi di lingua e cultura italiana gestiti dal MAECI

I corsi di lingua e cultura italiana gestiti direttamente dal MAECI hanno registrato nel periodo 2013-2014 una diminuzione del 17%, passando da 5956 a 4917. I dati iniziali 2015/16 ci indicano una riduzione ulteriore del 34% (3217).

Nello specifico qui sotto, i dati delle Circostrizioni in cui sono offerti corsi consolari. L'andamento del numero degli alunni rispecchia naturalmente la contemporanea riduzione del personale impiegato nei corsi. Si noti la vertiginosa caduta nella zona di Stoccarda. Nella circoscrizione di Monaco, in particolare, si sconta la chiusura di un progetto diffuso di potenziamento dell'italiano in una scuola elementare di Norimberga a causa anche del rientro ai ruoli metropolitani dell'insegnante MAECI che ne era l'ideatore.

Corsi di lingua e cultura italiana gestiti dagli Enti

La percentuale di alunni dei corsi gestiti dagli enti con docenti locali è aumentata invece, dal 2013/14 al 2014/15, solo del 9% e dunque non compensa la diminuzione avvenuta nei corsi dei docenti MAECI.

Considerazioni e proposte

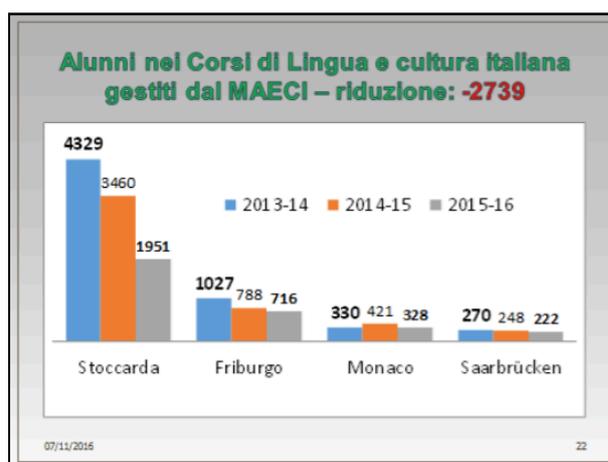


Fig. 5: Iscrizioni ai corsi MAECI

La tendenza in diminuzione del numero totale degli apprendenti di italiano in Germania preoccupa e ci induce a riflettere. Alla luce dell'esperienza nella circoscrizione di Monaco, mi permetto alcune considerazioni a titolo personale.

Punti di forza

Comincio dalle cose positive che sono tante e importanti.

L'offerta di apprendimento dell'italiano nel territorio è stata finora capillare. Grazie soprattutto allo sforzo organizzativo degli Enti gestori, possiamo affermare di soddisfare quasi puntualmente i bisogni dell'utenza dei corsi di lingua e cultura previsti dal Dlgs 294/97. Questi stanno mutando connotazione, si rivolgono non

solo a italiani ma a una utenza più vasta e varia, si strutturano sempre più all'interno dei curricula delle scuole anche se ancora come offerta opzionale facoltativa.

Funziona molto bene dunque la collaborazione con gli Enti e vi una forte spinta all'adozione di una programmazione didattica comune, alla condivisione delle strategie e all'armonizzazione delle procedure.

È cresciuta la cura verso la qualità dell'insegnamento nei corsi dei docenti locali non solo grazie al progetto pilota di cui parlavamo ma anche alle iniziative autonome di aggiornamento offerte dagli Enti e a una maggiore attenzione ai titoli professionali del personale reclutato.

Vi è un buon coinvolgimento delle famiglie; forte è l'impegno per l'integrazione e il successo formativo dei nuovi arrivati. Negli ultimi anni di emigrazione crescente dall'Italia, gli Enti hanno destinato una certa parte di risorse ai corsi di lingua tedesca, sia per giovani alunni, sia per adulti.

Buoni anche i rapporti e la cooperazione con le Istituzioni locali presso le quali godiamo di una certa benevola simpatia.

Inoltre la vivacità dei progetti nelle scuole e nelle Università e la ricchezza delle iniziative da parte di vari soggetti che in loco hanno a che fare con la lingua e cultura italiana, connotano positivamente la Baviera.

Punti di debolezza

La scarsità delle risorse è uno degli aspetti sicuramente negativi. Anche se, la vera riduzione di impegno dello Stato italiano verso il nostro settore in Germania, in sostanza, si è verificata quest'anno. Se si esaminano gli anni dal 2012 al 2015 la

spesa, a spanne, è rimasta uguale; è stata solo redistribuita differentemente diminuendo il contingente dei docenti di ruolo e aumentando i contributi agli Enti.

Sta di fatto che con il taglio ai contributi del 2016 difficilmente gli Enti potranno recuperare e mantenere gli alunni persi nei corsi MAECI.

L'altra questione è la poca rilevanza della lingua italiana nel sistema formativo locale: nelle scuole superiori e nelle università; ciò è dovuto in parte a vincoli normativi, che potranno essere rimossi solo da una volontà istituzionale, ma anche alla scarsa importanza attribuita alla conoscenza diffusa e di buon livello della nostra lingua, considerata una lingua di svago e cultura, non di lavoro. A ciò si aggiunge la concorrenza delle altre lingue tradizionali e di quelle emergenti.

Infine, pur se moltissime e pregevoli attività di promozione vengono svolte a vari livelli, la percezione che riporto è di una visibilità bassa. Se posso riassumere in una frase: "Ognuno lavora per sé"; vi sono molti attori, poco coordinati.

Opportunità e proposte

Nel campo culturale è l'offerta che crea la domanda. Una diminuzione tout court dell'offerta è di per sé cosa negativa. E se la lingua è promozione del paese, investire sui docenti è fondamentale. Sono loro che fanno la differenza.

Ma in tempi di scarsità di offerta è giocoforza dover ripensare e rimodulare il sistema.

Veniamo dunque alle opportunità che possiamo cogliere dalla situazione attuale. Bisogna partire da una visione differente della promozione della lingua italiana, il più possibile condivisa da tutti gli attori in

Germania, offrendo nuove motivazioni agli apprendenti attuali e potenziali.

- Per i destinatari di origini italiane, la lingua non è più elemento di connotazione “etnica” ma patrimonio arricchente e competenza da offrire; l’apprendimento della lingua madre è parte di una formazione aperta, plurilingue e pluriculturale, di persone veramente partecipi del posto che abitano e capaci di incidere nel loro contesto.
- Per tutti, l’italiano diventa una lingua importante, di un paese importante nel contesto culturale ed economico tedesco ed europeo. Dunque è utile impararlo e non solo a un livello di competenza basilare.

La visione condivisa deve essere tradotta in obiettivi politici concreti (investire in cultura non deve rimanere uno slogan) e incontrare una strategia congruente e dichiarata.

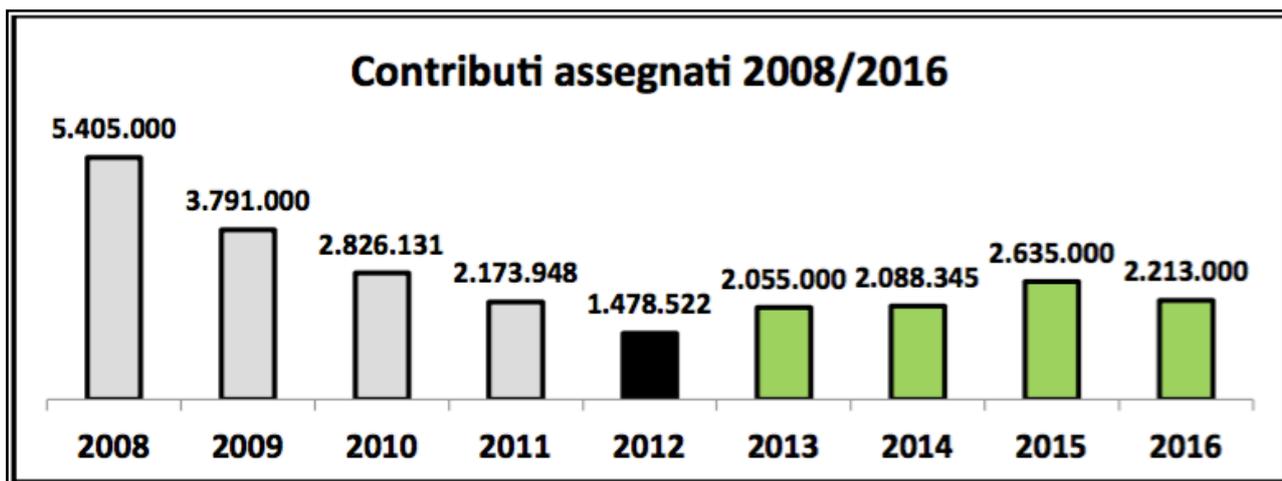
Ciò vuol dire porre priorità nell’allocazione delle risorse in termini di paesi e riconoscere che la Germania ha una priorità elevata; in termini di progetti. Ciò vuol dire anche però prediligere quelle attività che rendono l’offerta di apprendimento della lingua italiana più stabile e strutturata nelle scuole tedesche, cercando di assicurare a queste anche una certa continuità didattica, con docenti stabili e qualificati.

Non si possono più soddisfare richieste individuali, diffusamente. Occorre avere la fantasia e il coraggio di percorrere strade nuove. È meglio privilegiare progetti più

grossi e canalizzare gli sforzi di tutti verso di questi. La proposta per il settore scolastico è di promuovere, con l’aiuto degli Enti gestori e in sinergia con le Istituzioni locali, lo sviluppo nelle scuole di “poli” territoriali di apprendimento e diffusione della lingua e cultura italiana che prevedano un curriculum verticale, dalla scuola dell’infanzia alla scuola secondaria di secondo grado. In questo senso sarebbe bene favorire l’apertura di sezioni internazionali di lingua italiana nelle scuole tedesche. È necessario attivare non solo le risorse ministeriali ma anche attingere a quelle locali sostenendo altre possibilità come, per esempio, l’insegnamento di materie curricolari in lingua (CLIL) tramite docenti delle scuole tedesche di origini italiane, dei quali bisognerebbe fare censimento e le cui competenze linguistiche verrebbero così valorizzate. È importante estendere la possibilità di partenariati tra scuole e scambi di insegnanti. E non da ultimo stiamo lavorando per aprire la strada a un accordo di “doppia maturità” così come è già, sia in Germania sia in Italia, per il titolo francese.

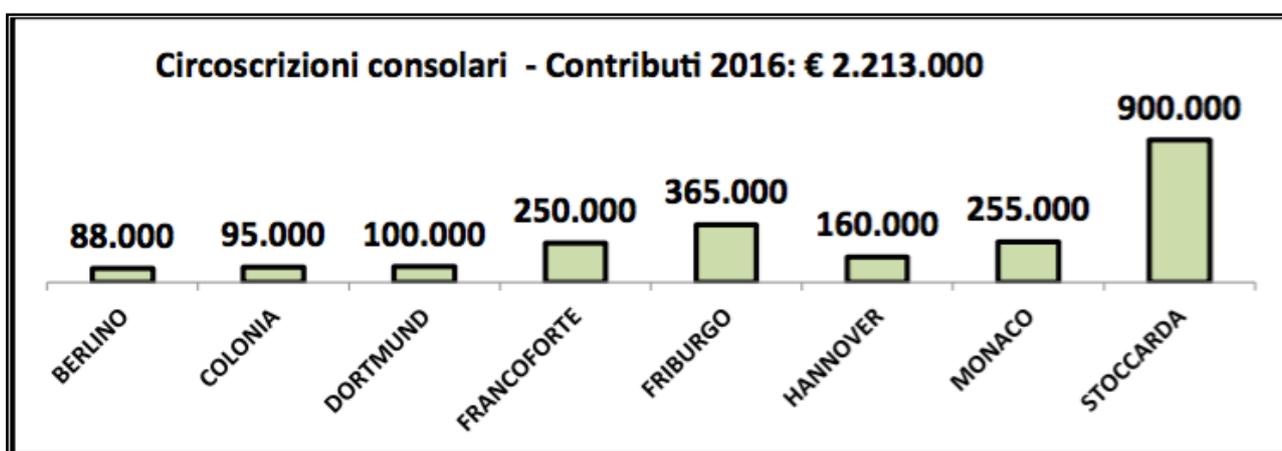
Ci vuole una regia del sistema, con una visione chiara e lungimirante, assieme a un forte coordinamento di tutti coloro che vogliono valorizzare e promuovere l’Italia e l’italiano.

**Maria
Concetta
Capilupi**
Dirigente
Scolastico
Monaco di
Baviera



Contributi assegnati 2014-16

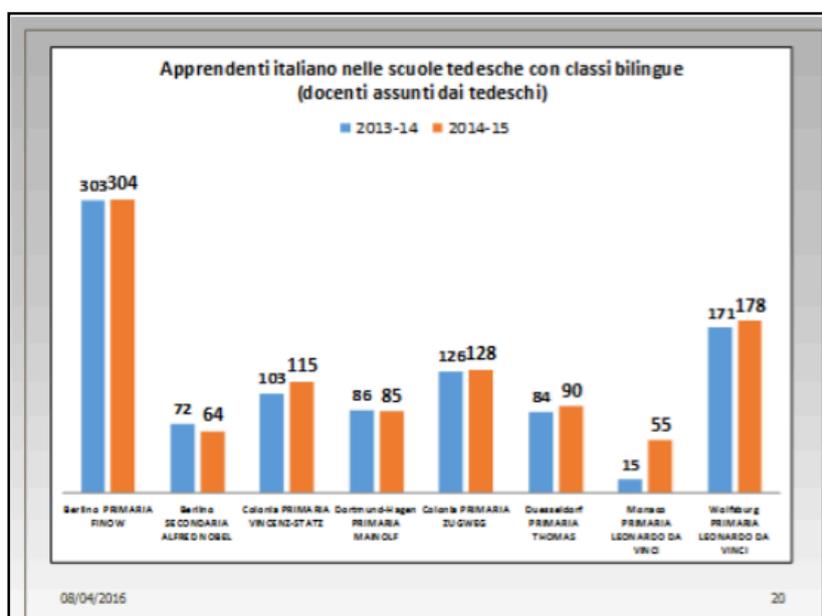
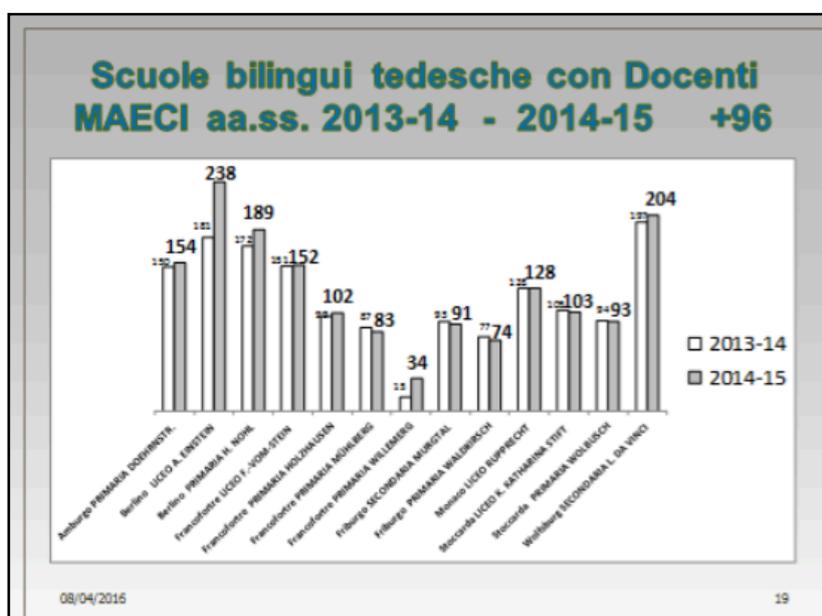
SEDI	2014	2015	2016
BERLINO	91.000	130.000	88.000
COLONIA	102.000	120.000	95.000
DORTMUND	110.000	175.000	100.000
FRANCOFORTE	330.423	410.000	250.000
FRIBURGO	434.922	485.000	365.000
HANNOVER/AMBURGO	170.000	230.000	160.000
MONACO	290.000	395.000	255.000
STOCCARDA	560.000	890.000	900.000
TOTALE	2.088.345	2.635.000	2.213.000



Enti gestori assegnatari di contributi

CIRCOSCRIZIONE	2011	2012	2013	2014	2015	2016
BERLINO	5	5	5	5	1	1
COLONIA	2	2	2	1	1	1
DORTMUND	2	2	2	2	2	2
FRANCOFORTE	7	6	5	5	5	3
FRIBURGO	3	3	3	3	3	2
HANNOVER-AMBURGO	2	2	2	2	2	2
MONACO	3	3	3	3	3	3
STOCCARDA	3	2	2	2	1	1
TOTALE	27	25	24	23	18	15*

Scuole bilingui



L'italiano presso i centri linguistici interfacoltà

Paola Cesaroni

Scopo di questo intervento è di fornire un quadro della situazione dell'italiano nelle università come qualifica aggiuntiva (Schlüsselqualifikation/soft skills), come materia curriculare facoltativa (Wahlpflichtfach) o come materia completamente facoltativa. Ci si occuperà quindi esclusivamente dell'offerta didattica per gli studenti di tutte le facoltà (*Hörer aller Fakultäten*) che in genere è di competenza dei Centri Linguistici Interfacoltà (Sprachenzentren).

E questo è esattamente anche il problema: non essendo per questi studenti l'italiano una materia di studio primaria, è difficile monitorare con esattezza questa realtà. Innanzitutto perché il percorso formativo è estremamente eterogeneo: molti studenti infatti frequentano solo uno o due corsi di livello A1 e A2, solo per ottenere il numero di crediti richiesti dai singoli piani di studio; altri invece arrivano fino al livello B2 o addirittura C1 perché vogliono fare corsi di linguaggio specialistico (p.e. linguaggio del diritto, dell'economia, della medicina, della storia dell'arte...) oppure prendere una certificazione (p. e. UNICert®).

In secondo luogo il panorama delle istituzioni universitarie nelle quali viene insegnato l'italiano è estremamente variegato e sfuggente e risulta molto difficile darne una fotografia completa. Oltre alle università, per le quali la situazione è relativamente chiara, c'è infatti tutto il panorama delle Hochschulen (e delle Musikhochschulen), e qui la situazione diventa molto più complessa e confusa. Non sempre infatti è possibile evincere dalle pagine internet delle singole istituzioni se esista o meno un Centro Linguistico e se l'italiano rientri nell'offerta formativa, a volte non si riesce a trovare la persona responsabile, in molti casi vengono offerti solo un paio di corsi tenuti esclusivamente da incaricati a contratto (Lehrbeauftragte).

Non esistendo quindi dati statistici attendibili, il presente contributo si basa esclusivamente sui dati raccolti con il questionario ADI¹ che – pur non essendo esaustivi – ci permettono però lo stesso di individuare le tendenze significative e di delineare lo status quo attuale.

Hanno risposto al questionario 58 Centri Linguistici Interfacoltà di università,

¹ Tutti i grafici presenti in questo intervento sono mie elaborazioni grafiche dei risultati dell'appena citato questionario. I risultati completi sono reperibili sul sito www.adi-germania.org.

Politecnici (*Hochschulen*) e conservatori. Di queste istituzioni 30 hanno dichiarato di offrire l'italiano come qualifica aggiuntiva e come materia completamente facoltativa, 4 di avere l'italiano solo come materia facoltativa. Delle altre istituzioni purtroppo non abbiamo informazioni in proposito.

La Baviera (con 11 risposte) e Berlino (con 5 risposte) sono le regioni sulle quali siamo meglio informati e qui l'italiano nelle università è sempre presente anche come qualifica aggiuntiva.

Nella maggior parte dei corsi di laurea triennale (Bachelor) e in parte anche nei corsi di laurea specialistica (Master) è possibile farsi riconoscere uno o più corsi di lingua come soft skills. L'ancoraggio nei piani di studio è un aspetto molto importante perché costituisce una istituzionalizzazione dell'offerta formativa. In questo ambito l'italiano deve fare i conti con la concorrenza di altre lingue: non tanto l'inglese – con il quale non si può competere, visto che è dato per scontato e necessario nella maggior parte dei corsi di laurea –, quanto soprattutto con le altre lingue romanze (in primis lo spagnolo) e ormai con le lingue extraeuropee. Come vedremo alla fine dell'intervento, da questo punto di vista c'è ancora moltissimo da fare – a tutti i livelli – per rafforzare la posizione dell'italiano.

Rivolgiamoci adesso un attimo alla struttura del personale nelle singole istituzioni.

Un elemento che salta agli occhi è che nell'ambito dell'italiano come qualifica aggiuntiva o come lingua facoltativa il 43% del personale è incaricato non assunto e solo il 57% è personale assunto (e qui nella maggior parte dei casi si tratta di personale assunto a tempo determinato).

Se confrontiamo con i dati del personale che lavora nell'ambito dell'italiano come materia curriculare – p.e. nell'ambito dei corsi di laurea in italianistica – è subito evidente l'enorme discrepanza: qui infatti circa l'84% del personale è personale fisso e solo il 16% è costituito da incaricati.

Anche su questo fronte ci sarebbe quindi ancora molto da fare, perché va da sé che qualità e continuità dell'offerta didattica possono essere garantite solo da professionisti assunti a tempo indeterminato.

Passiamo ora ai dati relativi al numero degli studenti e ai livelli dei corsi nei Centri Linguistici che hanno risposto al questionario. I grafici di fig. 3 riportano i dati del semestre estivo 2015 e di quello invernale 2015/16.

Si può riscontrare innanzitutto una tendenza ciclica, per cui nel semestre estivo vi è meno offerta e meno richiesta che nel semestre invernale. Inoltre è chiara la predominanza di corsi di livello A1 e A2 e quindi una chiara struttura a piramide.

Alcune istituzioni hanno dichiarato che la richiesta da parte degli studenti è maggiore rispetto all'offerta e che quindi una percentuale di interessati resta senza corso: 6 istituzioni dichiarano di aver dovuto rifiutare l'accesso a 50 studenti, 4 istituzioni addirittura fino a 100. Come motivi per il rifiuto vengono indicati o la mancanza di personale qualificato o ordini dei superiori. Questo fenomeno riguarda esclusivamente i corsi di livello A1 e A2. In ogni caso anche questo dato è significativo perché ci indica che in alcune realtà è presente un maggiore interesse per l'italiano (e maggiori numeri nei livelli bassi significano anche maggiori interessati per i corsi di livelli più alti) e che questo interesse però non viene assecondato, o per mancanza di personale

qualificato, oppure perché le istituzioni non sono disposte/non sono in grado di rispondere alla domanda o per motivi economici oppure perché i vertici dei Centri Linguistici non prendono abbastanza sul serio l'italiano.

Oltre ai corsi di lingua veri e propri circa la metà delle istituzioni intervistate ha dichiarato di offrire anche seminari, probabilmente di cultura e civiltà; i corsi di linguaggio specialistico risultano ancora sottorappresentati: al primo posto numericamente troviamo i corsi del linguaggio della musica, sicuramente questo dato dipende dal fatto che hanno partecipato all'indagine dei conservatori, seguiti da arte, economia, giurisprudenza e medicina. Dato di fatto interessante: l'italiano si studia perché è lingua di arte e musica, ma anche come lingua utile per il lavoro.

Circa un terzo delle istituzioni intervistate dichiara di offrire la certificazione UNlcert®, vale a dire la formazione e certificazione specificatamente universitaria per progressione e contenuti nata negli anni '90 all'interno dell'*Arbeitskreis der Sprachenzentren* e che ormai costituisce una rete di oltre 50 istituzioni.

In tutto una decina di istituzioni offre una delle certificazioni riconosciute dall'Italia. Il grafico in fig. 4 rappresenta la distribuzione percentuale tra le diverse certificazioni nel periodo compreso tra il semestre estivo 2015 e il semestre invernale 2015/16:

Il discorso delle certificazioni è essenziale, sia come misura di controllo della qualità della formazione linguistica effettuata, sia naturalmente per permettere agli

studenti di spendere anche al di fuori dell'università le conoscenze acquisite. La presenza di una certificazione di qualità spendibile nell'ulteriore percorso universitario o nel mondo del lavoro è anche un fattore che spinge almeno una parte degli studenti a continuare l'apprendimento oltre i livelli elementari.

Nel questionario si chiedeva poi ai docenti di dare un giudizio sullo stato

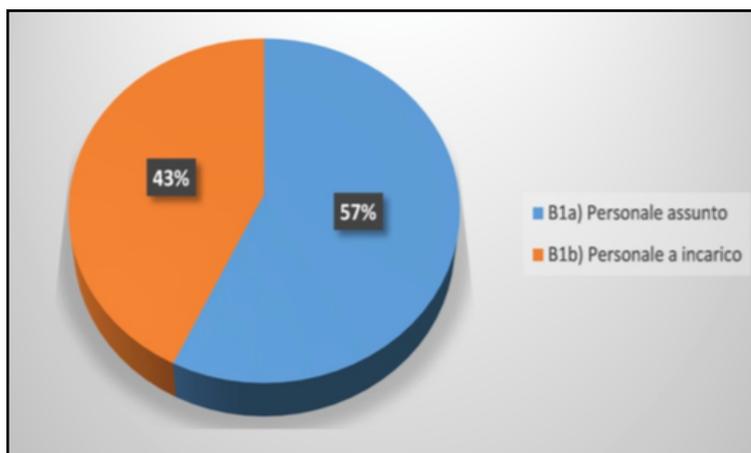


Fig. 1: Personale nei corsi per studenti di tutte le facoltà (italiano come qualifica aggiuntiva)

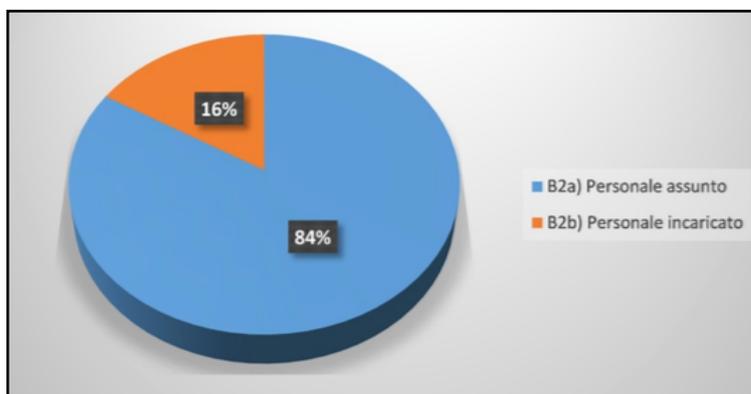


Fig. 2: Personale nei corsi per studenti di tutte le facoltà (italiano come qualifica aggiuntiva)

attuale dell'italiano nella loro istituzione e sullo sviluppo negli ultimi 5 anni. Purtroppo anche a queste domande non hanno risposto tutte le università, quindi questi dati quantitativi hanno un valore non esattamente rappresentativo.

Ad ogni modo su 16 istituzioni che hanno risposto 7 hanno indicato lo stato della lingua italiana presso la propria istituzione come buono/alto, cinque come medio e solo 4 come cattivo/basso.

principali (*Kernsprachen*), bensì viene piuttosto avvicinata alle lingue di nicchia, a un'orchidea cui si può rinunciare. E questo spiega anche perché le istituzioni a volte ignorino o – nella migliore delle ipotesi – non siano in grado di reagire alle richieste/alle

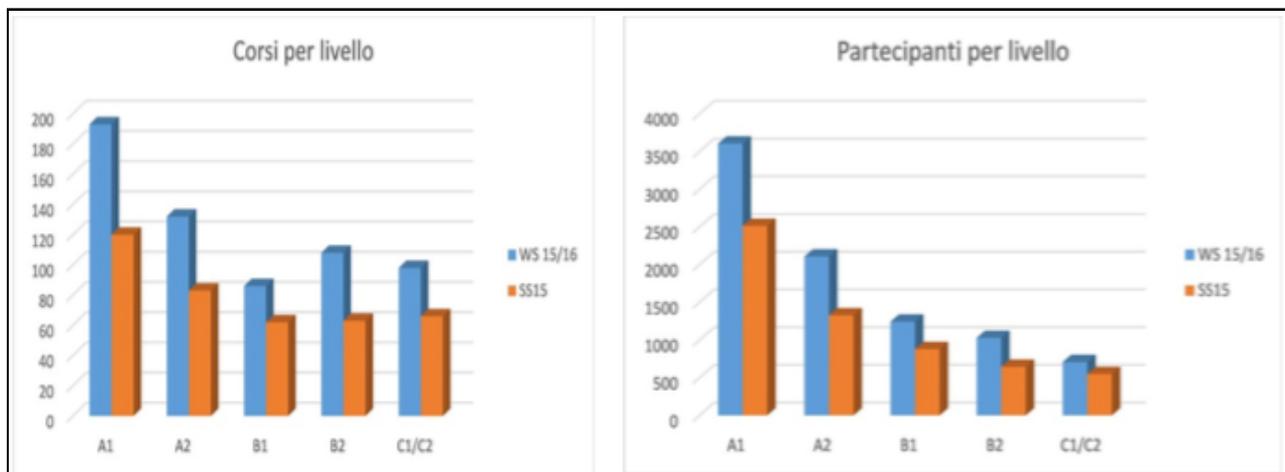


Fig. 3: Numero di corsi e di partecipanti per livello

Per quel che riguarda le tendenze degli ultimi anni, oltre ai dati sono molto interessanti i commenti che hanno dato i colleghi. In 13 casi i colleghi hanno indicato la situazione dell'italiano come stabile e costante, evidenziando come la richiesta resti massiccia soprattutto per i livelli A1/A2, in qualche caso anche per il B1.

In sette casi vengono registrate domanda e offerta in aumento, da un lieve ad un massiccio aumento per i livelli A1 e fino al B1/B2.

In due istituzioni è presente una domanda crescente e quindi ci sarebbero le condizioni per ampliare l'offerta, purtroppo però o l'italiano non rientra nelle priorità del Centro Linguistico oppure i responsabili non reagiscono. E qui tocchiamo con mano uno dei problemi principali: l'italiano troppo spesso non viene considerato da professori e vertici universitari come lingua importante per la cultura e per l'economia, quindi non rientra nel kit delle cosiddette lingue

esigenze degli studenti.

Nei questionari compare un caso estremo e assurdo: ad un aumento della richiesta (con corsi pieni e liste di attesa) i vertici del Centro Linguistico hanno risposto con la cancellazione dell'offerta dell'italiano!

Sette istituzioni infine hanno indicato un calo della domanda, cui si è reagito con la limitazione dell'offerta ai livelli più bassi e la cancellazione del livello C1 ma anche dei livelli B1 e B2, oppure con la contrazione del numero dei corsi. In alcuni casi questo fenomeno viene associato al fatto che nell'istituzione sono stati reintrodotti i corsi a pagamento.

Passiamo adesso a come viene giudicata dai docenti l'efficacia (su una scala da 1=poco efficace a 10=molto efficace) delle iniziative già esistenti per la promozione dell'italiano.

In primo luogo veniva chiesto ai colleghi di indicare il grado di efficacia della settimana della lingua italiana nel mondo. L'utilità di questa iniziativa secondo gli intervistati non è molto grande: all'interno dell'istituzione il voto medio è 4,10, per il

riservata anche alla manifestazione *Cinema Italia*.

Il voto massimo lo ottiene la voce „contributi“, il fatto che essa venga citata solo due volte dipende dal fatto che purtroppo – date le ristrettezze economiche – una tale iniziativa non è diffusa.

Molto interessante notare il fatto che promozione significa sempre attività supplementari oltre l'offerta strettamente didattica, infatti in nessun caso è stata citata l'offerta di certificazione o di borse di studio per corsi in Italia come iniziative prese.

Se ci rivolgiamo infine alle proposte per rafforzare in futuro la posizione dell'italiano, si può constatare un interessantissimo spostamento di accenti rispetto ai dati appena presentati nella tabella. Nelle proposte per il futuro infatti appaiono al primo posto gli scambi tra Italia e Germania e una nuova/maggiore offerta formativa, seguiti dalla necessità di fare rete, di collaborare e di una migliore offerta culturale. Seguono poi l'ampliamento del personale docente e il miglioramento dell'immagine dell'Italia. Infine vengono citati la qualità dell'offerta formativa, la politica culturale e la promozione della lingua (si veda fig. 6).

A conclusione del mio intervento vorrei soffermarmi su alcune delle proposte appena citate e riassumere quanto riportato in proposito nei questionari.

Salta innanzitutto agli occhi l'importanza attribuita al „fare rete“ con le istituzioni italiane in Germania ed Italia (consolati, ambasciata, IIC, *Italien-Zentren*), con le università italiane, con i licei tedeschi dove si

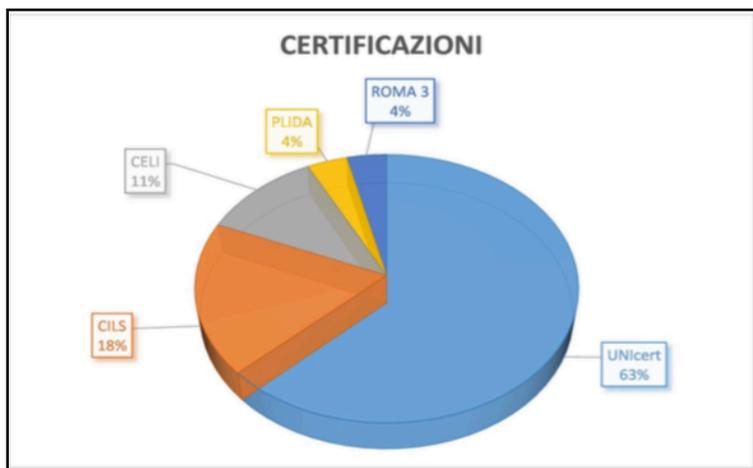


Fig. 4: Certificazioni offerte

gruppo di studenti le cose vanno un po' meglio, ma si raggiunge un voto medio di 5,5, quindi non siamo ancora nella sufficienza.

In secondo luogo i colleghi hanno indicato liberamente quali iniziative sono state realizzate presso le loro sedi e la loro efficacia. I risultati sono raccolti nella tabella in fig. 5.

A sinistra sono riportate le iniziative e la loro ricorrenza, nelle due colonne a destra la media dei voti dati da docenti e studenti riguardo all'efficacia. La tabella ci dice innanzitutto che le attività extracurricolari sono quelle più diffuse e anche quelle che hanno tra gli studenti risonanza più positiva perché sono estremamente motivanti. In modo simile anche le manifestazioni culturali e musicali, realizzate in parte al di fuori delle università e quindi aperte ad un pubblico più ampio, ricorrono spesso nei questionari e sono valutate in modo positivo. Valutazione molto positiva da parte degli studenti è stata

insegna italiano, con il mondo del lavoro/l'industria.

A questo proposito interessante la proposta di fare una mappatura delle cooperazioni scientifiche con l'Italia per creare contatti tra studenti e docenti oppure l'idea di creare delle "piattaforme" per dare visibilità agli studenti volenterosi e bravi.

Ricorre nei commenti anche la necessità di organizzare regolarmente Italien-Tage specifici e Stati Generali.

Scopo delle collaborazioni dovrebbe essere innanzitutto la promozione di attività culturali, come letture/conferenze di personalità della cultura e/o politica, presentazioni da parte di autorevoli rappresentanti della cultura italiana, mostre, concerti, presentazione di eventi culturali italiani. Le collaborazioni dovrebbero in secondo luogo portare alla creazione di gemellaggi con università italiane, a scambi sia di studio che di lavoro e stage.

In tutti questi casi si chiede uno sforzo economico e di coordinamento delle

Iniziativa (numero indicazioni)	Valore per istituzione	Valore per studenti
Attività extracurricolari (tandem, cineforum, teatro, Stammtische, scambi, escursioni...) (12)	6,6	7,8
Eventi culturali e musicali (anche fuori delle università) (9)	7	8
Iniziative e collaborazione con IIC per manifestazioni (6)	6,6	6,4
Cinema Italia (3)	6,5	8
Collaborazione con Italien-Zentren (3)	5,5	7
Giornate informative (Tag der offenen Türe...) (2)	1,5	6
Contributi MAECI (2)	10	10
Scambi Erasmus (1)	3	5
Attività dell'ADI (1)	6	4
Formazione insegnanti (1)	1	6

Fig. 5: Iniziative proposte e impatto su istituzione e partecipanti

istituzioni italiane (IIC, consolati, ambasciata) sia per la realizzazione di eventi culturali, sia per incentivi economici ai centri linguistici per ampliare l'offerta didattica. Viene sottolineata poi l'importanza degli incentivi a

studenti (borse di studio per soggiorni studio e lavoro in Italia ecc.) volti a rafforzare l'interesse degli studenti per l'Italia. In questo i governi di altri paesi europei, penso a Spagna e Francia, sono molto più attenti a creare e finanziare progetti di scambio bilaterali.

Il tutto deve contribuire a creare una migliore immagine dell'Italia sia facendo leva sui punti di forza della cultura italiana, sia mettendo in evidenza l'importanza economica dell'Italia per la Germania. Purtroppo pochi vedono l'italiano come lingua utile per la professione, pochi sanno (o ricordano) che l'Italia come partner commerciale è infinitamente più importante di Spagna e America Latina messe insieme. E' incredibile che anche in ambienti colti ci si stupisca del fatto che l'Italia faccia parte del G7! Sembra dunque necessario in questo ambito agire con molta più incisività per dare più visibilità a questi aspetti „sconosciuti“ dell'Italia nelle scuole e nelle università, per esempio creando materiale informativo da distribuire.

Nei questionari si parla anche di politica linguistica da parte delle istituzioni e cioè innanzitutto di una maggiore diffusione dell'italiano nelle scuole tedesche, a partire dai primissimi livelli, ivi inclusa un'offerta di asili/asili nido plurilingui. In secondo luogo di un'azione politica a livello di Unione Europea in favore dell'opzione prima lingua straniera "inglese" + seconda lingua straniera a scelta libera nelle scuole dei paesi dell'Unione. Infine di una maggiore cooperazione tra Roma e Berlino e di un maggiore appoggio politico di Roma, p.e. finanziamento di dottorati con personale già attivo nelle istituzioni tedesche.

All'interno dell'università tedesche/dei centri linguistici si propone una maggiore

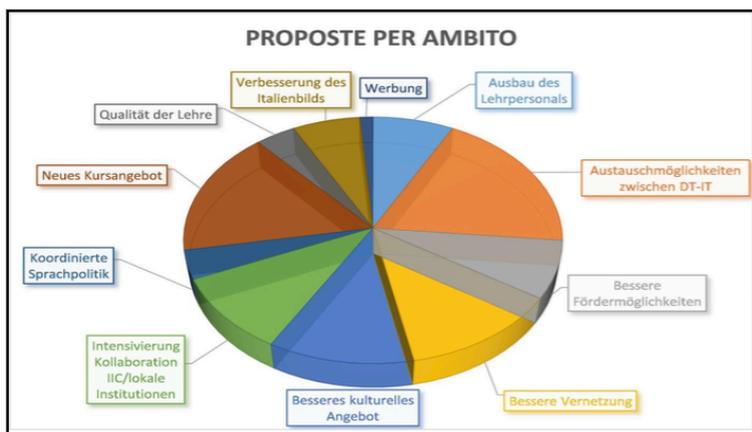


Fig. 6: Proposte per la promozione dell'italiano

offerta formativa, cito qualche esempio andando dal generale al particolare:

- corsi di laurea interdisciplinari e binazionali (questa è una proposta fondamentale per rendere l'italiano come lingua curriculare oltre la italomantica);
- ancoraggio dell'italiano come lingua obbligatoria all'interno del modulo delle qualifiche aggiuntive di alcuni corsi di laurea (p.e. architettura e *World Heritage*, storia dell'arte, archeologia, musica);
- incremento dell'offerta di corsi specialistici (linguaggio dell'arte, dell'architettura e dell'archeologia, della musica, dell'economia, del diritto, della medicina);
- incremento del plurilinguismo con corsi multilingui (italiano e altre lingue romanze);
- controllo della qualità e professionalizzazione dell'insegnamento universitario, quindi aggiornamento costante in

collaborazione con le università italiane che agiscono nel campo dell'italiano come LS (p.e. Ca' Foscari), utilizzo di metodi innovativi e delle nuove tecnologie;

- organizzazione – oltre all'attività didattica vera e propria - di attività extracurricolari come film in lingua originale, *Stammtische*, corsi/rap-presentazioni di teatro in lingua italiana ecc.;

- incremento degli scambi Erasmus;

- aumento dei posti di dottorato fissi e sicuri per poter garantire la continuità.

Concludo con la considerazione che il primo passo da fare è mappare in modo esaustivo la situazione dell'italiano nei Centri Linguistici, tenendo in considerazione tutte le *Fachhochschulen* e le *Musikhochschulen*. E – visto che si tratta di un lavoro non indifferente che non può essere svolto in passante accanto alle mille mansioni che ognuno di noi deve svolgere nel proprio quotidiano lavorativo – sarebbe auspicabile un aiuto da parte delle istituzioni.

Mi auguro che potremo lavorare insieme per realizzare e rendere operative le proposte appena fatte.

Paola
Cesaroni
Universität
Erlangen-
Nürnberg

La situazione della lingua italiana nelle Volkshochschulen tedesche

Anna Maria Arrighetti

In Germania le Volkshochschulen (VHS) rivestono un ruolo fondamentale nell'ambito del cosiddetto apprendimento permanente (*lifelong learning*). Si rivolgono principalmente a un pubblico adulto cui, attraverso corsi molto diversificati, offrono la possibilità di fornire o aggiornare non solo quelle competenze specifiche adeguate a far fronte alle esigenze imposte sul mercato del lavoro dall'evoluzione demografica e dalle continue trasformazioni socio-economiche, ma anche di colmare quelle lacune formatesi già a partire dagli anni dell'istruzione primaria e secondaria, per esempio con corsi di alfabetizzazione e di recupero di anni scolastici.

Di ispirazione danese e radicate originariamente negli ideali dell'Illuminismo, le *Volkshochschulen* hanno raggiunto in Germania ampia diffusione soprattutto negli anni successivi alla Seconda Guerra Mondiale, accompagnando non da ultimo il processo di democratizzazione

e di ricostruzione del Paese. Per quanto riguarda lo studio delle lingue straniere, in particolare, sono proprio le VHS che, in virtù della loro diffusione capillare sul territorio e dell'ampio spettro di lingue offerte, rappresentano gli attori principali nel quadro dell'ambizioso progetto europeo di diffusione del plurilinguismo. Il settore delle lingue risulta essere infatti, alle VHS, quello quantitativamente più consistente.

In Germania esistono al presente (2015) 907 VHS, tra cui molte anche in piccoli

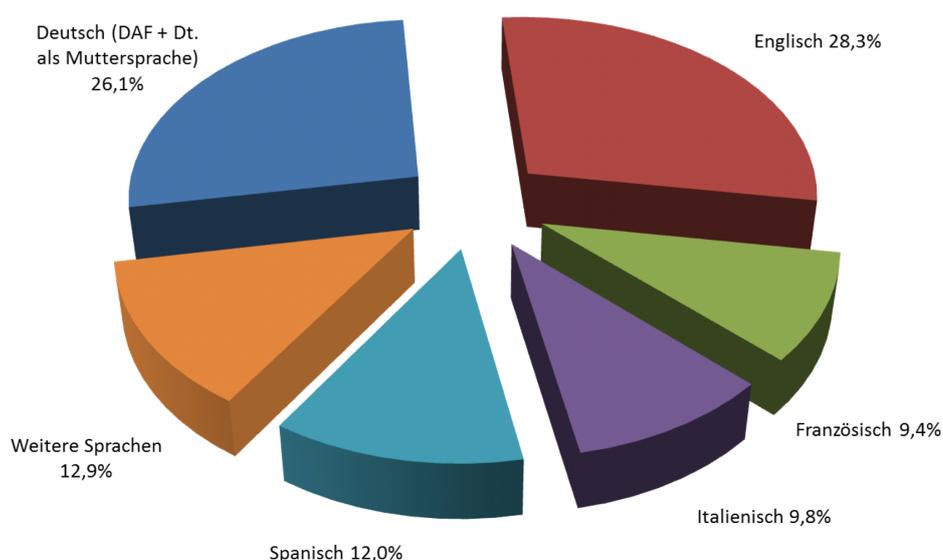


Diagramma 1: L'italiano e le altre lingue (numero di corsi in percentuale nel 2014)

Fonte: Elaborazione di dati del *Deutsches Institut für Erwachsenenbildung* (DIE)

agglomerati urbani e in regioni rurali e povere di infrastrutture.¹ I corsi offerti vengono finanziati, in proporzioni variabili a seconda del comune e del *Bundesland* di appartenenza nonché della propria forma giuridica, dalla quota d'iscrizione degli studenti, da sovvenzioni comunali e del relativo *Bundesland* così come da fondi statali, dall'Unione Europea e dall'Agenzia Federale del Lavoro.²

La *Volkshochschulstatistik*, il complesso di statistiche federali curate dal *Deutsches Institut für Erwachsenenbildung* (DIE) relative alle VHS tedesche, rileva un incremento continuo del settore delle lingue a partire dagli anni Settanta,³ incremento misurabile sulla base di tre criteri: il numero di corsi offerti, quello di ore di lezione tenute e quello di iscrizioni registrate.

Attualmente l'italiano si trova a competere soprattutto con il tedesco, lo spagnolo e con il gruppo eterogeneo delle cosiddette "altre lingue" (cfr. diagramma 1), un'etichetta sotto cui vengono comprese lingue non necessariamente rare o minori – come per es. l'arabo, il russo o il cinese –, ma comunque di offerta più limitata come anche, negli ultimi anni, l'albanese, il ceco, il persiano o la lingua mongola. I corsi d'italiano, anch'essi in costante crescita fino ai primi anni Duemila, hanno subito negli ultimi dieci anni una stagnazione, anche se

l'italiano rimane – complessivamente – la terza lingua più richiesta, tra quelle straniere, dopo l'inglese e lo spagnolo.

Confrontando in prospettiva diacronica e su scala nazionale i dati relativi al numero dei corsi d'italiano dal 1994 al 2014, si osserva dapprima un aumento fino al culmine del 2004, quindi una progressiva diminuzione fino al 2014, pur nel quadro generale di una modesta ripresa rispetto a vent'anni prima (cfr. diagramma 2).

Questo graduale, per quanto lento aumento del numero di corsi è indice di una certa vitalità nella programmazione delle VHS che negli ultimi dieci anni sembrano essere riuscite a differenziare la propria offerta didattica venendo incontro ai bisogni di un pubblico che sta cambiando e a gestire con maggiore flessibilità anche quei corsi che non raggiungono il numero minimo previsto di iscritti.

D'altra parte a tale lenta ripresa del numero dei corsi fa riscontro un deciso decremento del numero di iscrizioni nei corsi di italiano (cfr. diagramma 3), un dato inequivocabile che rivela un calo complessivo di interesse nei confronti di lingua e cultura italiane.

Benché la rilevazione divisa per *Bundesländer* dei tre anni rappresentativi 2004,

¹ Con il titolo significativo di "Töpfern war gestern" il settimanale *Die Zeit* del 28 novembre 2013 dedica un lungo articolo alle VHS tedesche, adducendole a esempio di modernità di programmi, di qualità di progetti in corso e di cooperazioni con altre istituzioni pubbliche e rivendicandone la funzione irrinunciabile per l'aggiornamento di apprendenti adulti che abbiano terminato il loro percorso formativo istituzionale, cfr. <http://www.zeit.de/2013/49/volkshochschule-fortbildung-weiterbildung>. In questo contesto l'autore discute i risultati dell'Indagine Internazionale sulle Competenze degli Adulti (PIACC) ideata dall'OCSE e corrispondente a quella condotta periodicamente tra i quindicenni dei Paesi membri (PISA).

² Cfr. <https://www.dvv-vhs.de/der-verband/volkshochschulen.html>.

³ Confronta i dati presentati da Heinz Reiske nel 2003, e non solo quelli riguardanti l'Assia, nel suo contributo: "Italienisch in der Erwachsenenbildung in Hessen", in: *L'insegnamento dell'italiano come lingua straniera e madrelingua in Assia e Renania Palatinato*, convegno internazionale nell'ambito della 3a settimana della lingua italiana nel mondo, J. W. Goethe-Universität Frankfurt am Main/J. Gutenberg-Universität Mainz 6-7 novembre 2003, Istituto Italiano di Cultura Francoforte sul Meno, Perugia: Guerra 2006, pag. 59-68.

2009 e 2014 confermi un decremento generale degli studenti d'italiano (cfr. diagramma 4), è tuttavia opportuno porre attenzione alle forti differenze regionali. È soprattutto nei *Länder* più meridionali di *Baden Württemberg* e Baviera – in particolare nella città di Monaco – che l'interesse per la cultura italiana continua a

mazione di corsi e seminari d'italiano in Germania tramite i singoli Landesverbände delle VHS: istituzioni che, a livello regionale, si propongono come punto di congiunzione tra ricerca scientifica e prassi pedagogica delle varie VHS di cui intendono promuovere, attraverso diversi canali, lo sviluppo qualitativo.

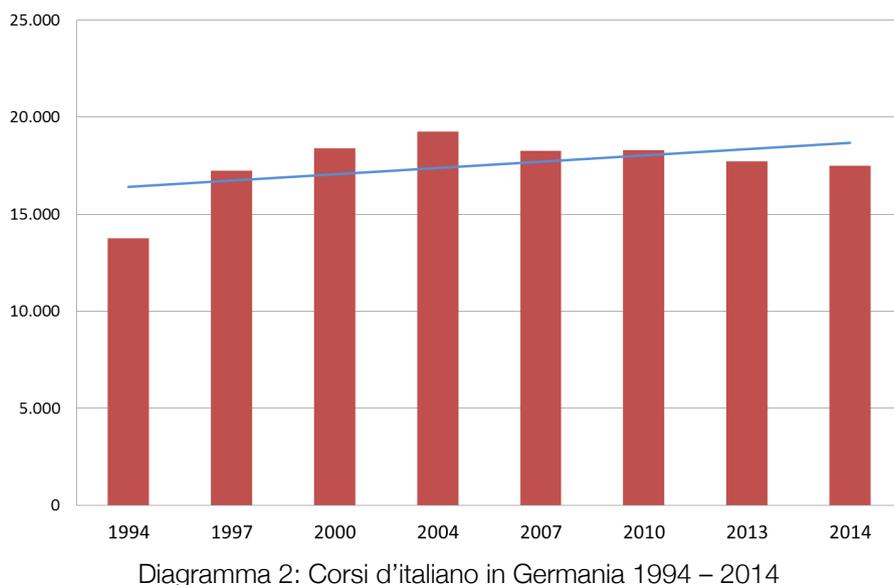


Diagramma 2: Corsi d'italiano in Germania 1994 – 2014

Con tale questionario si invitava a rendere con maggiore esattezza possibile la situazione dei corsi d'italiano nelle VHS: vi si chiedeva quali fossero le tendenze per numero e tipo di corsi, lo sviluppo degli ultimi tre anni, le eventuali collaborazioni con istituzioni esterne e, da ultimo, si invitava con una domanda aperta ad avanzare proposte per promuovere l'apprendimento della lingua italiana.

Fonte: Elaborazione di dati del *Deutsches Institut für Erwachsenenbildung* (DIE)

risultare consistente rispetto, per esempio, alle regioni orientali della Germania, compresa la capitale Berlino. È infatti nei *Bundesländer* con una forte presenza di emigrazione italiana nonché per motivi geografici e storico-culturali che la richiesta di corsi di lingua e cultura italiane, cominciata già dagli anni del Secondo dopoguerra, rimane comunque considerevole.

In preparazione degli *Stati Generali della Lingua Italiana in Germania* (SGLIG) l'associazione ADI e.V. ha stilato un questionario che è stato inviato a tutti i responsabili della program-

Di 907 VHS hanno partecipato all'indagine 35 istituzioni situate nei

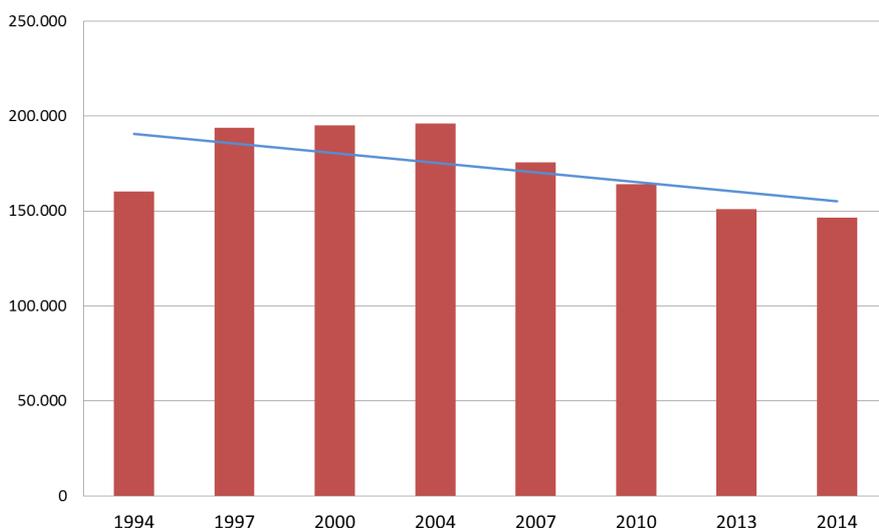


Diagramma 3: Iscrizioni ai corsi d'italiano 1994 – 2014

Fonte: Elaborazione di dati del *Deutsches Institut für Erwachsenenbildung* (DIE)

Bundesländer Bayern, Brandenburg, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Thüringen, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein. Mancano dunque le risposte

all'istituzione della VHS. La mancanza di personale qualificato e stabile, soprattutto nelle regioni dove l'italiano è meno richiesto, è infatti considerata come una delle maggiori cause dell'abbandono dei corsi

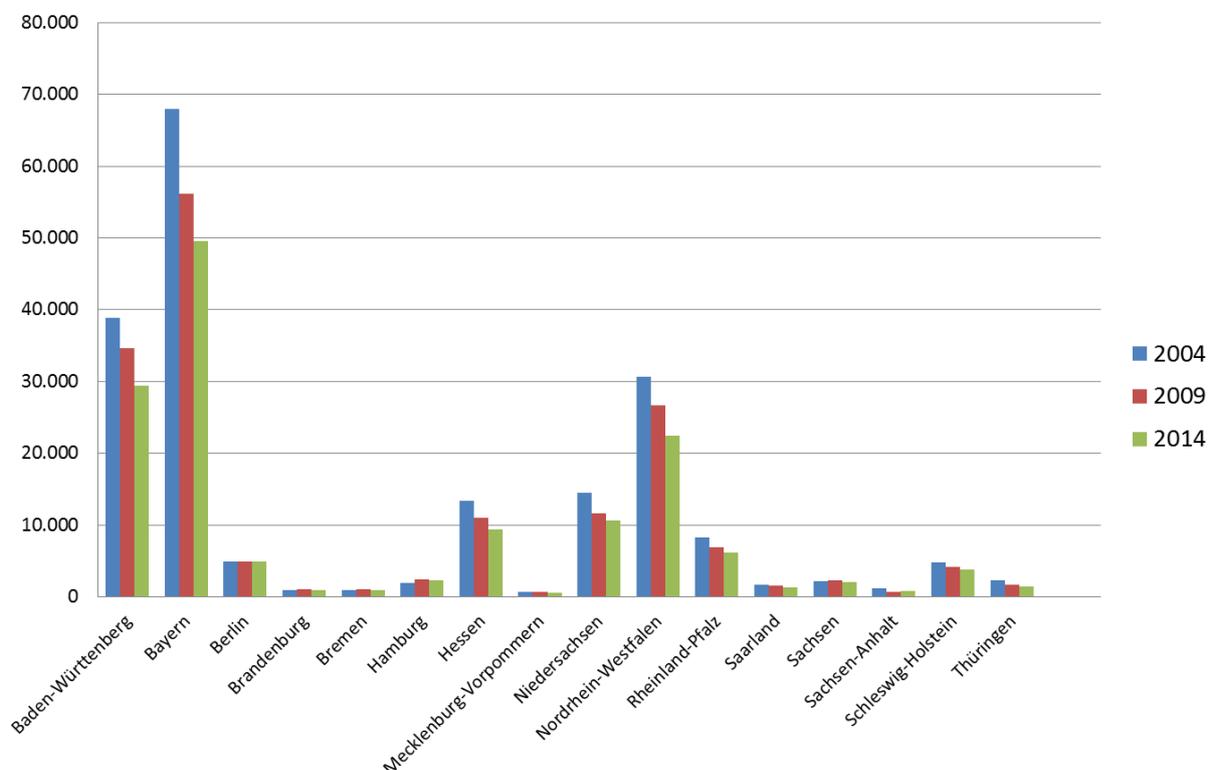


Diagramma 4: L'italiano nei Bundesländer – iscrizioni 2004, 2009, 2014

Fonte: Elaborazione di dati del *Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (DIE)*

provenienti da *Baden Württemberg, Bremen, Berlin, Mecklenburg-Vorpommern* e *Rheinland-Pfalz*.

Dall'analisi dei questionari pervenuti si conferma in gran parte quanto già rilevato dai dati ufficiali del DIE: la domanda nei confronti dei corsi di lingua italiana è avvertita come stabile (Bayern), più raramente in lieve ripresa (Sachsen), tendenzialmente stagnante (Hessen) o in sensibile diminuzione (Thüringen, Saarland).

I coordinatori della programmazione riscontrano una chiara difficoltà nella prosecuzione dei corsi oltre il livello A1: ciò viene attribuito alla capacità più o meno marcata dei docenti di legare i corsisti

dopo la frequenza di uno o due semestri.

È noto che, per quanto in parte si differenzino le motivazioni degli studenti delle VHS, lo studio dell'italiano è legato generalmente a interessi di tipo pratico: è finalizzato cioè a facilitare la comunicazione nella quotidianità soprattutto di tipo privato. Se sul piano professionale una comunicazione efficace presuppone il dominio delle quattro abilità di comprensione uditiva, di conversazione, di lettura e di scrittura, è per la maggior parte un uso orale della lingua che rappresenta lo scopo primario dei discenti delle VHS. D'altra parte, però, la stabilità talora anche pluridecennale di certi corsi a partire dal livello B 2 testimonia anche intenzioni di conoscenza più ampie e

più profonde che superano quelle della pura sopravvivenza nel luogo di vacanza o della conversazione con i familiari, cioè un desiderio di comprensione della mentalità, della storia culturale, dei costumi e dei problemi del Paese.

A proposito della fluttuazione del personale non disponiamo di dati statistici, ma è in ogni modo possibile avanzare qualche ipotesi corroborata dalla prassi quotidiana dei programmatori dei corsi di italiano. Da una parte questo fenomeno – diventato considerevole negli ultimi vent'anni – è imputabile alle condizioni di lavoro nelle VHS: i docenti sono tutti assunti a contratto, rinnovato di semestre in semestre, e retribuiti, spesso in modo quasi simbolico, soltanto per le ore di insegnamento effettivamente svolte. D'altra parte, tra i docenti d'italiano, è avvenuto un vero e proprio cambio generazionale: se fino ai primi anni '90 si trattava di persone che avevano già una vita lavorativa alle spalle o affiancavano, a una attività professionale stabile, l'attività d'insegnamento presso la VHS come modo per tenere vivo il contatto con la lingua e la cultura del Paese d'origine e coltivare i propri interessi personali, a partire dagli anni 2000 è subentrata una nuova generazione di giovani in cerca di occupazione, la quale dunque considera di necessità il lavoro d'insegnamento presso la VHS come soluzione perlopiù temporanea, come modo per acquisire esperienza lavorativa utile e come momento di passaggio verso un'occupazione sicura e adeguatamente retribuita.

Un ulteriore dato interessante emerso dalle risposte del questionario è che le iniziative promosse dal Ministero degli Esteri che coinvolgono, oltre agli Istituti Italiani di Cultura, anche ambasciate e consolati, come „La Settimana della lingua italiana nel

mondo“, non godono di risonanza apprezzabile presso il personale strutturato delle VHS, il quale afferma di non riceverne adeguata informazione.

Una diffusione più sistematica da parte dei consolati e delle istituzioni italiane di informazioni riguardanti le manifestazioni organizzate in Germania potrebbe sicuramente contribuire a promuovere in maniera più estensiva quell'interesse per la lingua e la cultura italiane che con tali iniziative le istituzioni coinvolte si prepongono.

Esiste, non da ultimo, un problema strutturale che riguarda la maggior parte delle VHS, cioè il generale sotto-finanziamento dovuto alla progressiva riduzione delle sovvenzioni dei comuni e dei relativi Bundesländer.⁴

È opportuno ricordare prima di tutto che le diverse istituzioni che portano il nome di VHS esistenti sul territorio federale possiedono forme giuridiche anche molto diverse: accanto alla piccola associazione gestita da volontari (Verein) si trovano aziende autonome a partecipazione pubblica così come enti che fanno parte di comuni: le diverse risorse economiche incidono in maniera decisiva sui rispettivi margini di azione.

A questi diversi presupposti, aggravati appunto anche dai tagli effettuati all'interno degli enti pubblici, si aggiunge, in maniera particolarmente evidente negli ultimi dieci anni, la concentrazione delle risorse a disposizione sui corsi d'integrazione per stranieri. Il tedesco è infatti l'unica lingua per cui si registra da anni un aumento esponenziale delle iscrizioni e dei corsi offerti. Una maggiore disponibilità di tempo, personale e mezzi economici rende possibile la messa a punto di progetti anche

⁴ Cfr. ancora <http://www.zeit.de/2013/49/volkshochschule-fortbildung-weiterbildung>.

innovativi e di ampio respiro che superano di molto il formato tradizionale del corso di lingua. Una maggiore disponibilità di risorse può incentivare forme alternative d'insegnamento con l'impiego dei nuovi canali di comunicazione; rende possibili cooperazioni con altri enti pubblici grazie alle quali si può cercare di favorire un coinvolgimento duraturo degli studenti nelle istituzioni cittadine e, non da ultimo, consente una migliore retribuzione dei docenti il cui onorario, per le lingue diverse dal tedesco, è vincolato di regola a tariffe concordate con il comune di appartenenza. Per contro la riduzione di fondi pubblici può ostacolare addirittura, a solo titolo di esempio, anche lo svolgimento degli esami di certificazione.

Il questionario ADI ha chiesto ancora quali idee si siano rivelate di maggior successo nel tentativo di promuovere lo studio della lingua e della cultura italiane. Dalle risposte è risultato efficace: 1) un aumento delle cooperazioni con cinema, associazioni culturali e altre istituzioni per integrare l'offerta didattica; 2) contatti con comunità di città gemellate e presenza della VHS a manifestazioni da esse organizzate; 3) una maggiore visibilità della VHS anche attraverso i nuovi canali di comunicazione.

Altre misure utili a lungo termine potrebbero consistere in investimenti sulla qualità dell'insegnamento grazie a seminari di formazione e di aggiornamento regolare nonché – strettamente connessa ai seminari di formazione – sull'identificazione dei docenti con l'istituzione della VHS.

Il lavoro delle VHS è infatti radicato nei valori di libertà, tolleranza, eguaglianza, giustizia, solidarietà, comprensione interculturale e *Nachhaltigkeit*: un concetto

molto significativo nell'ambito dell'apprendimento permanente, perché richiama la possibilità di acquisire strumenti validi ad accrescere le proprie conoscenze e le proprie abilità in maniera autonoma e continuativa. Puntare su nuove idee potendo contare sul solido patrimonio ideale della VHS potrebbe rappresentare un modo per rivivificare l'immagine e diffonderne il programma.

Inoltre si dovrebbe poter garantire una migliore qualità della programmazione sia attraverso un aggiornamento regolare dei responsabili che attraverso un'indagine sistematica del livello di gradimento delle offerte di lingua e cultura italiane. Innovare – ove possibile – formato e tipologia dei corsi, anche puntando su offerte multidisciplinari, può contribuire a promuovere più efficacemente la lingua e contribuire, non da ultimo, alla diffusione di un plurilinguismo "vero", cioè di un'idea della lingua che, più che mero strumento di comunicazione, diventi anche strumento cognitivo, cioè di accesso alla cultura e alla tradizione del Paese.⁵

Rimangono infine più che mai attuali i desiderata già espressi a fine anni Ottanta nel quadro di una giornata di studi sull'apprendimento della lingua e cultura italiane, tra cui – fra l'altro – l'istituzione di un fondo a cui poter attingere per nuovi progetti e iniziative.⁶

Un ultimo spunto di riflessione viene offerto da una collega della programmazione della VHS di Bottrop, la quale, in occasione del sondaggio dell'ADI, offre un'analisi dei fattori più profondi che incidono sull'andamento attuale dei corsi di lingua, anche quella italiana, e auspica una

⁵ Su questa idea del „plurilinguismo“ cfr. Jürgen Trabant, *Globalesisch, oder was? - Ein Plädoyer für Europas Sprachen*. München: Beck 2014 (C.H.Beck Paperback; 6109).

⁶ Cfr., ancora una volta, Heinz Reiske, „Italienisch in der Erwachsenenbildung in Hessen“ (nota 3), pag. 67-68.

soluzione a lungo termine: „Uno dei problemi elementari consiste nel tempo sempre minore di cui le persone dispongono per imparare una lingua. La causa è una tendenza sensibile all’accelerazione, un infittirsi delle attività, un mondo del lavoro sempre più gravoso. Il tempo viene investito piuttosto nel campo del *wellness*.

Le idee non mancano: le VHS sono innovative e creative, offrono un ampio spettro di corsi dai formati più diversi [...]. I corsi brevi e intensivi sono di moda: il progresso nell’apprendimento resta da verificare, ma il cliente riceve un formato al passo coi tempi e conforme ai suoi bisogni. [...]

Per aumentare il numero di corsisti in modo duraturo dovrebbe imporsi un cambiamento di mentalità, per esempio una

tendenza alla “decelerazione”, un ritorno all’idea che l’apprendimento di una lingua straniera [...] apre delle porte, arricchisce la vita, aiuta a superare barriere e oltretutto mantiene giovani.

Inoltre l’Italia dovrebbe lavorare sulla sua immagine [...].

L’italiano non diverrà una lingua parlata in tutto il mondo, ma l’Italia è un Paese amato e per le VHS sarà particolarmente importante non perdere di vista, in futuro, questo aspetto.”

**Anna Maria
Arrighetti**
VHS Hanau

La promozione dell'italiano in Germania

Giulia Berchio

Il presente contributo¹ è dedicato alla formulazione di considerazioni in merito alla promozione istituzionale della lingua italiana in Germania, di cui si è discusso a Monaco di Baviera l'8 Aprile 2016 in occasione degli Stati Generali della Lingua Italiana in Germania.

L'evento, prendendo le mosse dagli *Stati Generali della Lingua Italiana nel Mondo* tenutisi a Firenze nel 2014 (Cfr. MAECI 2014:7), ha offerto l'opportunità di prendere atto dello stato di salute dell'italiano in un paese che, in base ai rilevamenti più recenti, risulta essere sede del più alto numero di studenti di tale idioma a livello mondiale.²

La sua organizzazione si deve all'ADI,

Associazione dei Docenti di italiano in Germania, che, in collaborazione con l'Istituto di Italianistica della Ludwig-Maximilians-Universität di Monaco di Baviera, l'Istituto Italiano di Cultura ed il Consolato Generale d'Italia della Hauptstadt bavarese, ha fornito a numerose personalità operanti nell'ambito della promozione dell'italiano all'estero di portare il proprio contributo³; a questo proposito, ad intervenire sono stati i rappresentanti di diverse realtà istituzionali quali l'Ambasciata d'Italia, il MAECI, la Ludwig-Maximilians-Universität di Monaco, l'Adam-Kraft-Gymnasium di Schwabach, la Friedrich-Alexander-Universität di Erlangen-Nürnberg, l'Ufficio Scuole Consolato di Monaco, l'Istituto Italiano di Cultura di Berlino e la

¹ In questo articolo vengono ripresi i contenuti di un capitolo della tesi di laurea specialistica dal titolo "La presenza dell'italiano come heritage language in una comunità di emigrati nel Saarland: una ricerca sul campo", discussa da chi scrive il 15.07.2016 presso l'Università degli Studi di Torino.

² I dati del MAECI sull'insegnamento dell'italiano nel mondo riferiti all'A.a. 2013-2014 hanno rilevato che gli studenti di italiano in Germania sono 309.680, al secondo posto si trova invece l'Australia con 207.921 studenti ed in terza posizione compaiono gli Stati Uniti con 142.970 studenti (MAECI 2015:23).

³ Cfr. http://www.esteri.it/mae/it/sala_stampa/archivionotizie/approfondimenti/2016/03/germania-gli-stati-general-della.html e <http://www.adi-germania.org/it/content/sglig-comunicato-stampa-conclusivo>.

Volkshochschule di Hanau.

Nel corso dell'evento è stato presentato, poi, il progetto "10 parole per l'italiano", dal quale sono emersi dati utili per riflettere sulle immagini, maggiormente diffuse in ambito tedesco, che le persone associano all'Italia e agli italiani.⁴

A conclusione della giornata, la discussione in plenum ha infine fatto emergere la necessità di riflettere sui seguenti aspetti.

Coordinamento della formazione e dell'informazione

Il bisogno di coordinare la formazione degli insegnanti di lingua e cultura italiane all'estero evidenziato nell'ambito degli Stati Generali dell'Italiano in Germania non riguarda solo il contesto tedesco; è stato infatti rilevato anche in occasione del convegno "Riparlamone: la lingua ha valore" (MAECI 2015) promosso dalla Farnesina e tenutosi il 20.10.2015 in seguito agli Stati Generali dell'Italiano nel Mondo:

"potrebbe essere importante creare nei singoli paesi una piattaforma degli insegnanti dei vari livelli di insegnamento per creare una rete capace di sostenersi vicendevolmente e per togliere dall'isolamento molti docenti." (MAECI 2015:7)

Tale necessità sembra scaturire dal fatto che le realtà che si occupano di promuovere la lingua e la cultura italiane all'estero sono spesso varie e vari si dimostrano anche la formazione dei docenti e di conseguenza i

metodi di insegnamento; problema, quest'ultimo, che non appartiene esclusivamente al presente, ma che aveva avuto modo di emergere già nell'ultimo decennio del Novecento. In questi anni si era infatti assistito alla nascita del progetto MILIA, attivo dal 1993 al 1998, promosso dall'allora Ministero della Pubblica Istruzione nell'ambito del Piano nazionale di aggiornamento del 1992 (cfr. Castellani 2011:186-187) e la cui forza consisteva nell'

"avere provato pionieristicamente a costruire materiali per formare docenti che si trovavano a operare in situazioni di contatto linguistico particolari e non omogenee." (Castellani 2011:189)

In questo frangente si era costituito un Comitato tecnico-scientifico che aveva il compito di elaborare materiali, la cui peculiarità è stata quella di

"avere condiviso e fatto condividere, in una rete reale e virtuale, diverse competenze, formatesi in percorsi differenti: dalla scuola all'Università, da Paesi molto lontani all'Italia dei primi inserimenti di stranieri nella scuola, dalla dirigenza dei corsi di lingua e cultura all'insegnamento come maestri nella scuola di base." (Castellani 2011:188)

Tali materiali erano, poi, costituiti da diversi moduli, ognuno autonomo rispetto agli altri ed adatto a soddisfare le diverse esigenze formative degli insegnanti (cfr. Castellani 2011:187). Inoltre il progetto si muoveva in un periodo storico cruciale per la considerazione della lingua italiana all'estero: il carattere assistenziale che connotava gli interventi degli insegnanti di

⁴ Tale progetto, curato da T. Bisanti, L. Lubello, A. Palermo, D. Schenetti e rivolto ad apprendenti di italiano L2 in Germania, consiste in un questionario, somministrato in numerosi atenei tedeschi tra ottobre 2015 e gennaio 2016, attraverso il quale è stato richiesto a studentesse e studenti universitari di elencare dieci parole che facessero loro pensare all'Italia; dai dati raccolti è emerso che le dieci parole più frequentemente ricorrenti sono *pizza, mare, pasta, amore, sole, gelato, ciao, mangiare, Roma, vino*, le quali sembrano confermare lo stereotipo dell'Italia quale paese del buon cibo e dai paesaggi suggestivi.

lingua e cultura italiana all'estero alla fine degli anni '60 stava via via assumendo nuovi tratti, vicini ad una considerazione dell'italiano non più soltanto come lingua etnica (cfr. Vedovelli 2011:101), della quale si prevedeva un insegnamento esclusivamente rivolto a studenti di origine italiana, ma come simbolo di un avvenuto contatto tra culture (cfr. Castellani 2011:188-189), una lingua che attirava l'interesse di un'utenza variegata, motivata all'apprendimento dell'italiano da molteplici fattori (interessi culturali, turistici, esigenze lavorative) (cfr. Schenetti et al. 2013:48).

Per quanto riguarda, infine, il coordinamento dell'informazione, si è sottolineato che per l'italiano sono disponibili numerosissimi materiali online ma che la copiosità di tali materiali rende fondamentale innanzitutto coordinare la loro diffusione entro una rete condivisa, soprattutto in paesi come la Germania, dove ad operare nell'ambito della promozione della lingua e della cultura italiana sono più realtà istituzionali (Intervento Prof. Balboni, P., Università Ca' Foscari).

Coordinamento della promozione

Con termini che richiamano la sfera sociologica, nel corso degli Stati Generali della Lingua Italiana in Germania si è definito l'italiano un "bene relazionale" (Intervento Prof. Reitani, L., Istituto Italiano di Cultura di Berlino), sulla cui immagine è necessario operare una ristrutturazione. A questo proposito si è accennato anche al ruolo delle comunità di oriundi italiani e all'importanza di evidenziare la loro funzione nella trasmissione di modelli culturali positivi, non

più di marginalità, ma di avvenuta inclusione in quei territori al di fuori dei confini italiani che costituiscono il loro nuovo mondo di vita.⁵ A supporto di tale visione si riporta la seguente affermazione:

"in tale contesto globale e competitivo fra i sistemi lingua-cultura-società-economia indubbiamente le comunità di origine italiana hanno avuto e hanno una funzione nel contribuire alla posizione "alta" che in esso ha la lingua-cultura-società italiana." (Vedovelli 2011:97)

È dunque anche da un'attività sinergica tra comunità italiane all'estero e istituzioni che sembra poter prendere le mosse una rinnovata idea di promozione della lingua e della cultura italiane all'estero con obiettivo comune una diffusione di queste ultime all'insegna di valori positivi che aiutino altresì a decostruire stereotipi e luoghi comuni (MAECI 2014:89). A questo proposito, per quanto riguarda la sfera linguistica Vedovelli (2011) afferma che i cosiddetti pseudo-italianismi (Vedovelli 2011:164) costituiscono la spia di un "indubbio successo del modello italiano di qualità della vita, legato a valori positivi di creatività, estetica, gusto, buon gusto" (Vedovelli 2011:164).

In questo senso, per la Germania un esempio su tutti potrebbe essere la creazione del *franchising* di pizzerie Vapiano, nato nel 2002 ad Amburgo dall'idea di un imprenditore tedesco e tuttora presente in altri 30 paesi nei cinque continenti, ispiratosi al proverbio italiano "chi va piano va sano e va lontano" ed i cui collaboratori vengono chiamati Vapianisti sul modello molto produttivo nell'italiano

⁵ La locuzione mondo di vita è proposta da chi scrive come traduzione del composto *Lebenswelt*, concetto mutuato dalla filosofia ed introdotto, in ambito di linguistica dell'emigrazione, da Krefeld (2004) per indicare il paese d'arrivo, il territorio in cui i migranti si insediano in maniera stabile e che diventa simbolo della loro "alltäglichen Normalität." (Krefeld 2004:12).

contemporaneo di nomi costruiti con i suffissi agentivi -ista, -isti, -iste.⁶

Proprio questi esempi provenienti dall'ambito gastronomico, tuttavia, a parere di chi scrive, non appaiono sufficienti per comprendere quanto vengano effettivamente apprezzate all'estero la cultura e la lingua italiane. In questo frangente, infatti, se da una parte può risultare interessante la creatività delle forme pseudo italiane che vengono create in ambienti non italo-foni, dall'altra appare lecito chiedersi se queste ultime siano realmente da considerarsi come uno dei simboli del successo della cultura italiana all'estero o se tale interesse in realtà non rischi di fermarsi ad un mero apprezzamento della buona cucina (o, addirittura, costituire, attraverso la riconducibilità al proverbio citato nel testo, la reiterazione dello stereotipo che vede gli italiani, tra l'altro, come sorglos e faul (Mazza-Moneta 1999:125)), anziché trasformarsi in un input capace di dirigere l'attenzione del pubblico tedesco verso la scoperta del panorama italiano; una scoperta che sia caratterizzata innanzitutto dalla volontà dell'apprendente di non interpretare il mondo attraverso luoghi comuni, ma da quella di acquisire i mezzi linguistici che sono espressione della cultura italiana e che forniscono pertanto una chiave utile per decifrare tale cultura in maniera autonoma ed obiettiva.

Continuità

Un'altra problematica sorta riguarda la mancanza di continuità in merito all'offerta dell'italiano da parte delle diverse realtà istituzionali. A questo proposito, durante l'incontro di Monaco si è menzionato Francoforte come esempio positivo di continuità, come realtà strutturata in una maniera tale da offrire un sistema di scuole bilingui a partire dalla scuola dell'infanzia e che si protrae nelle Grundschulen, nei Gymnasien e che forse in futuro sarà estesa anche alle Realschulen, in modo da configurarsi, pertanto, come opportunità anche per coloro che si dedicano a percorsi scolastici più brevi e professionalizzanti.

Francoforte, dunque, come modello da replicare, a fianco al quale è stato menzionato l'esempio del Saarland⁷, in particolare il progetto Arcobaleno⁸, un esperimento di scuola con approccio bilingue italiano-tedesco⁹ ed attuato nella Grundschule. Tale progetto si è dimostrato innovativo nel considerare il bilinguismo come *Bildungschance* (cfr. Pettinari/D'Alonzo 2008) e pionieristico per il fatto di aver dato avvio ad un modello scolastico che permettesse lo studio dell'italiano, a livello curricolare, non solo come L1 ad apprendenti di origine italiana, ma come L2 ai bambini tedeschi e di altre nazionalità, diventando infine un modello per la creazione di un percorso di studi bilingue

⁶ cfr. <http://www.vapiano.com/en/about-us/our-story/>

⁷ Il Saarland, Bundesland caratterizzato storicamente da una fitta presenza di italiani, ha visto, a partire dagli anni '50, la nascita di istituzioni volte a promuovere la lingua e la cultura italiane. Per un approfondimento in merito alle caratteristiche dell'emigrazione italiana nel Land ed agli interventi di promozione della lingua e cultura italiane, cfr. Kleiner/Moser (1993).

⁸ Cfr. <http://www.coascitsaar.de/arcobaleno.html>.

⁹ Tale progetto, attivo dal 1998, è promosso dal COASSCIT e finanziato dal MAECI e dal *Ministerium für Bildung und Kultur del Saarland*.

turco-tedesco nato nella cittadina saarlandese di Völklingen.¹⁰

Ma alla base di una continuità temporale, ovvero di un'offerta che accompagni l'individuo alla scoperta della lingua italiana nei diversi gradi dell'istruzione formale, vi è la necessità di creare una stabilità in termini di finanziamenti. A questo proposito è stato evidenziato che il bilancio a cui sono soggetti annualmente i ministeri italiani non aiuta a garantire continuità alle attività che si intendono supportare - una continuità che enti volti a promuovere altre lingue e culture come ad esempio il Goethe Institut per il tedesco, il Cervantes per lo spagnolo, il British Council per l'inglese, godendo di autonomia di bilancio, riescono invece ad assicurare - e che, come recita anche il documento sugli Stati Generali della Lingua Italiana nel Mondo, risulta invece di fondamentale importanza per garantire una progettazione a lungo termine degli interventi di promozione:

“è necessario innanzitutto disporre di un quadro di continuità e stabilità, in cui inserire una programmazione che possa contare su un plafond di base, per quanto minimo, garantito per alcuni anni e non legato al fluttuare delle leggi di stabilità.” (MAECI 2014:61).

Nel chiamare in causa l'ambito dei finanziamenti appare inevitabile, infine, menzionare anche le conseguenze dei tagli

che colpiscono i luoghi preposti alla diffusione del sapere.

A questo proposito si intende richiamare ancora una volta l'attenzione sul Saarland, sede di un altro importante punto di riferimento per la promozione dell'italiano, l'Universität des Saarlandes¹¹, colpita, nel corso degli anni 2014-2015, dalle *Sparmaßnahmen* messe in atto dal *Landesregierung* saarlandese.

A tali misure sono conseguite sia la riduzione dell'offerta didattica, sia una ristrutturazione della stessa nell'ottica di un più ampio progetto di internazionalizzazione; per quanto riguarda in particolare l'italiano, i provvedimenti del governo saarlandese hanno comportato la chiusura del corso di studi Lehramt Italienisch - che prevedeva la formazione di insegnanti di italiano -, mentre la presenza degli insegnamenti di lingua italiana persiste all'interno del Bachelor e del Master offerti dal Dipartimento di Romanistica, e si può infine trovare nell'ambito di svariati corsi di studio a carattere linguistico.

In un clima di ristrutturazione dell'offerta formativa come quello appena descritto è dunque sull'efficacia della resistenza intellettuale derivata da tali provvedimenti che si intende porre l'accento in questa sede; infatti, benché il rischio della scomparsa dell'italianistica abbia seria-

¹⁰ Cfr. http://www.saarland.de/dokumente/res_bildung/Das_Sprachkonzept_Saarland_2011.pdf.

¹¹ L'Università del Saarland è rinomata in ambito di studi romanzi in particolar modo per la presenza del LEI, il Lessico Etimologico Italiano. Tale opera monumentale si pone come obiettivo la raccolta e l'analisi di tutte le parole della lingua italiana e dei dialetti italo-romanzi ed, inoltre, la sua composizione è affidata a collaboratori provenienti da numerose università italiane che contribuiscono a mantenere vivi i rapporti tra il Saarland e l'Italia. Per approfondimenti in merito ai rapporti tra il Saarland e l'Italia cfr. Kleiner/Moser (1993:143-149).

mente messo alla prova l'ateneo saarlandese – fatto che la accomuna ad altri contesti universitari tedeschi, ad esempio allo *Sprachenzentrum* della *Technische Universität*¹² di Berlino –, grazie alla mobilitazione di numerose realtà, tra cui l'ADI, ed alla solidarietà che figure del mondo della cultura hanno dimostrato nei confronti del problema facendolo riecheggiare a livello mondiale¹³, sia il Dipartimento di Italianistica, sia le attività di ricerca che ruotano intorno alla redazione del LEI continueranno a svolgere un compito rilevante all'interno dell'Università del Saarland¹⁴, perseverando nel proposito di sostenere l'idea che studiare l'italiano in Germania costituisca un veicolo essenziale per la promozione oltralpe dell'Italia e della sua cultura.

Alla luce di queste vicende si auspica infine l'impegno, da parte delle istituzioni italiane e tedesche, nel riconoscere le

potenzialità dell'italiano in Germania e nell'impiegare le risorse a disposizione in direzione della promozione di una lingua che è espressione di un patrimonio globale, attraente tanto per chi, membro di una famiglia con retroterra migratorio, desidera recuperare con consapevolezza linguistica le proprie radici, quanto per chi ambisce ad esplorare attraverso la lingua la cultura italiana, oppure per chi ne riconosce l'utilità come veicolo comunicativo in ambito lavorativo; ed è proprio per l'aspetto di globalità mostrato che si sottolinea altresì l'importanza, laddove se ne presenti la necessità, di rivendicare a voce alta il diritto della lingua italiana di comparire all'interno di tutti quei percorsi formativi che, come nel caso saarlandese poco sopra menzionato, intendano modellarsi in maniera da acquisire un carattere internazionale.

Giulia
Berchio
Università
di Torino

Indicazioni bibliografiche e sitografia

Barni, M. (2011), Europa, in Vedovelli, M. (a cura di) (2011), Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo, Carocci, Roma, pp. 203-304.

Berruto, G. (1987), Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo, Carocci, Roma.

Bildungsministerium Saarland, AA.VV. (2011), Das Sprachenkonzept Saarland 2011: neue Wege zur Mehrsprachigkeit im Bildungssystem, Saarbrücken.

Calabrese, F. (2011), Un viaggio nella memoria. Storia dell'emigrazione italiana nel Saarland, Paulinus Verlag, Trier.

Cannova, D., A. Mondavio (1998), Le nuove frontiere dell'italiano e l'attività dei lettori nel mondo. Questioni di politica linguistica e culturale, in Vanvolsem, S., D. Vermandere, F. Musarra, B. Van den Bossche (a cura di), L'italiano oltre frontiera, Atti del V convegno internazionale (Leuven, 22-25 aprile 1998), Vol. 2, Leuven University Press, Franco Cesati Editore, Firenze.

¹² cfr. <http://www.comunitaitalofona.org/notizie/perche-promuovere-linsegnamento-dellitaliano-in-germania/>.

¹³ Cfr. <http://www.adi-germania.org/de/saarbr-cken-reaktionen-drohende-schliessung-italia>.

¹⁴ Cfr. <http://www.comunitaitalofona.org/notizie/il-lessico-etimologico-italiano-non-sparira-buone-notizie-dalla-germania/>.

- Castellani, M.C. (2011), I corsi di lingua e cultura italiana: i diversi contesti e la formazione dei docenti, in Vedovelli, M. (a cura di) (2011), Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo, Carocci, Roma, pp. 175-192.
- De Fina, A. , F. Bizzoni (a cura di) (2003), Italiano e italiani fuori d'Italia, Guerra Edizioni, Perugia.
- De Mauro, T. (1963), Storia linguistica dell'Italia unita, Laterza, Roma-Bari.
- Kleiner, B., F. Moser (1993), Das Saarland und Italien. Daten und Fakten, Universität des Saarlandes, Saarbrücken.
- Krefeld, Th. (2004), Einführung in die Migrationslinguistik. Von der Germania italiana in die Romania multipla, Günter Narr Verlag, Tübingen.
- Landesregierung Saarland, AA.VV. (2015), Landeshochschulentwicklungsplan des Saarlandes 2015-2020: für ein Zukunftsfestes Hochschulsystem, Saarbrücken.
- MAECI, AA.VV. (2014), L'italiano nel mondo che cambia: Stati Generali della Lingua Italiana nel Mondo, 21-22 Ottobre 2014, Firenze.
- MAECI, AA.VV. (2015), Riparliamone: la lingua ha valore, 20 Ottobre 2015, Firenze.
- Mazza Moneta, E. (1999), Deutsche und Italiener. Der Einfluss von Stereotypen auf interkulturelle Kommunikation, Peter Lang, Frankfurt am Main.
- Pettinari, R., A. D'Alonzo (2008), Arcobaleno: Zweisprachigkeit als Bildungschance, MN-Drück, Saarbrücken.
- Renzi, L., M.A. Cortelazzo, (a cura di) (1997), La linguistica italiana fuori d'Italia. Studi, Istituzioni, Bulzoni, Roma.
- Schenetti, D., T. Bisanti, E. Carrara, R. Cagiano, A. Palermo, E. Serena, G. Ugolini, (2013), L'italiano in Germania, in In.it, Quadrimestrale di servizio per gli insegnanti di italiano come lingua straniera, n° 29-30, Guerra Edizioni, Perugia, pp. 47-52.
- Vanvolsem, S., D. Vermandere, F. Musarra, B. Van den Bossche (a cura di) L'italiano oltre frontiera, Atti del V convegno internazionale (Leuven, 22-25 aprile 1998), Vol. 2, Leuven University Press, Franco Cesati Editore, Firenze.
- Vedovelli, M. (a cura di) (2011), Storia linguistica dell'emigrazione italiana nel mondo, Carocci, Roma.
- Vedovelli, M. (2014), Italiano 2020. In cammino verso l'Europa, Bozza Progettuale 3, 14.07.2014, Siena.
- (I siti di seguito elencati sono stati consultati a più riprese nel periodo da settembre 2016 ad ottobre 2016)

http://www.esteri.it/mae/it/sala_stampa/archivionotizie/approfondimenti/2016/03/germania-gli-stati-general-della.html

<http://www.adi-germania.org/it/content/sglig-comunicato-stampa-conclusivo>

<http://www.esteri.it/mae/resource/doc/2015/10/riparliamone.pdf>

http://www.esteri.it/mae/normative/normativa_consolare/attivita-culturali/promozione-lingua/corsilingua/l_153_1971.pdf

<http://www.vapiano.com/en/about-us/our-story/>

<http://www.coascitsaar.de/arcobaleno.html>

http://www.saarland.de/dokumente/res_bildung/Das_Sprachkonzept_Saarland_2011.pdf

<http://www.comunitaitalofona.org/notizie/perche-promuovere-linsegnamento-dellitaliano-in-germania/>

<http://www.adi-germania.org/de/saarbr-cken-reaktionen-drohende-schliessung-italia>

<http://www.comunitaitalofona.org/notizie/il-lessico-etimologico-italiano-non-sparira-buone-notizie-dalla-germania/>

<http://ilpiccolo.gelocal.it/tempo-libero/2015/03/11/news/la-lingua-italiana-rischia-di-sparire-piano-piano-dalle-universita-d-europa-1.11027624>

http://www.saarland.de/dokumente/ressort_ministerpraesident_staatskanzlei/Landeshochschulentwicklungsplan.pdf

Dieci parole per l'italiano

Materiali e dati

Tatiana Bisanti, Andrea Palermo, Davide Schenetti

L'indagine "Dieci parole per l'italiano" nasce dalla conferenza di Sergio Lubello al 5° convegno ADI, tenutosi a Bamberg il 15 novembre 2014 e dedicato a "Cultura e intercultura nell'insegnamento e nell'apprendimento dell'italiano LS".

La conferenza di Lubello su "Interculturalità e alterità: insegnare le parole giuste per dire / raccontare l'altro" (il cui testo è stato poi pubblicato in *AggiornaMenti* Numero 7 Anno 5 (2015), pp. 22-30), partendo da una definizione di interculturalità come "l'instaurazione e il mantenimento di rapporti culturali come forme di dialogo, di confronto e di reciproco scambio di conoscenze tra paesi o istituzioni o movimenti diversi", è stata incentrata sull'esempio di interculturalità costituito dal lessico impiegato per chiamare l'altro, gli altri popoli oppure gruppi e minoranze. Siamo qui di fronte al tema degli stereotipi, delle parole bandiera e dei pregiudizi che hanno riflessi nei processi di denominazione, ovvero nei cosiddetti eteroetoni, ben diffusi in ogni lingua: gli italiani sono chiamati dai francesi *macaronis* 'mangiatori di pasta', a loro volta gli italiani chiamano *crucchi* i tedeschi almeno a partire dalla seconda guerra mondiale, gli inglesi chiamano *frogs* i francesi 'mangiatori di rane', ecc.

Per andare oltre gli eteroetoni Lubello ha proposto di raccogliere il lessico che gli apprendenti dell'italiano in Germania associano all'Italia attraverso la somministrazione di un breve test agli studenti dei corsi di lingua italiana di diverso livello nelle università tedesche, possibilmente di tutti i diversi *Länder*. Qual è l'immagine dell'Italia che ne risulta? Quale ruolo ha il livello di conoscenza della lingua, la familiarità con l'Italia, il sesso, l'età, il livello d'istruzione del parlante? "Ne emergerà", così Lubello, "una rappresentazione dell'Italia vista da fuori attraverso parole bandiera caratterizzanti che potranno anche dire se qualcosa di vecchi stereotipi è cambiato e come o se è invece ancora saldamente radicato".

Per la somministrazione del questionario si è scelto di ricorrere a un Modulo Google di facile compilazione online. Per raggiungere una platea omogenea di informatori al cui interno fosse rappresentato tutto lo spettro dei possibili livelli di conoscenza dell'italiano, ovvero dal livello A1 al livello C2, si è deciso di rivolgersi alle studentesse e agli studenti che frequentano i corsi di lingua italiana nelle università tedesche. A loro si è chiesto di compilare il questionario online scrivendo in una prima schermata dieci parole italiane che

associassero spontaneamente all'Italia, senza però fare ricorso al vocabolario. In una seconda schermata gli si è chiesto di indicare la loro parola italiana preferita in assoluto.

A queste due prime schermate ha fatto seguito la richiesta di fornire delle informazioni personali: il sesso, l'età, il *Bundesland* tedesco di residenza, la frequenza dei corsi d'italiano, il livello di conoscenza dell'italiano, la lingua madre, il livello d'istruzione, l'eventuale professione, se la famiglia sia d'origine italiana, se ci sia stato già un soggiorno in Italia, e se sì per quale motivo, in quale zona d'Italia, e per quale durata complessiva.

Per cercare di responsabilizzare il più possibile gli effettivi somministratori del questionario, ovvero i docenti universitari di lingua italiana delle università tedesche, si è cercato di contattarli individualmente, invitandoli a far compilare il questionario in classe, durante le ore di lezione, per garantire da un lato un massimo di partecipazione, dall'altro per evitare l'uso di vocabolari e altri supporti traduttivi. Gli studenti hanno potuto utilizzare i computer, se le aule ne erano dotate, ma anche i tablet e gli smartphone a loro disposizione.

Naturalmente, se non è stato possibile compilare il questionario in classe, gli studenti hanno potuto comunque anche compilarlo a casa. Il periodo di raccolta dei dati è stato dalla metà di ottobre del 2015, in coincidenza con l'inizio dei corsi del semestre invernale 2015/16, al gennaio del 2016. I questionari compilati validi (al netto cioè di questionari inviati in bianco o più volte) sono stati 774 per un totale di circa 8.000 parole raccolte.

La presentazione dei risultati è avvenuta nel corso degli Stati Generali della Lingua Italiana in Germania tenutisi a Monaco l'8 aprile 2016.

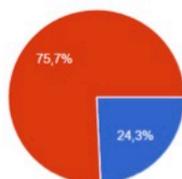
Pubblichiamo qui di seguito i risultati integrali dell'indagine rinviando all'articolo *Dieci parole per l'italiano* di Sergio Lubello, Tatiana Bisanti, Andrea Palermo pubblicato sul volume 10 (2016) della rivista *Testi e Linguaggi* dal titolo "L'italiano migrante" a cura di Sergio Lubello e Carolina Stromboli per una prima analisi dei dati.

Tatiana
Bisanti
Andrea
Palermo
Davide
Schenetti

Tipologia dei partecipanti

Informazioni su di te

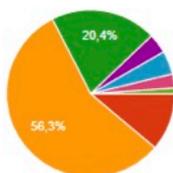
Sesso



maschile (männlich)	198	24.3 %
femminile (weiblich)	618	75.7 %

Informazioni su di te

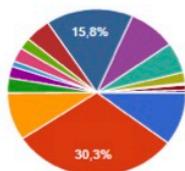
Età



meno di 14 anni (jünger als 14 J.)	0	0 %
14-19 anni (14-19 J.)	91	11.2 %
20-24 anni (20-24 J.)	459	56.3 %
25-29 anni (25-29 J.)	166	20.3 %
30-34 anni (30-34 J.)	31	3.8 %
35-49 anni (35-49 J.)	37	4.5 %
50-65 anni (50-65 J.)	22	2.7 %
più di 65 anni (über 65 J.)	9	1.1 %

Informazioni su di te

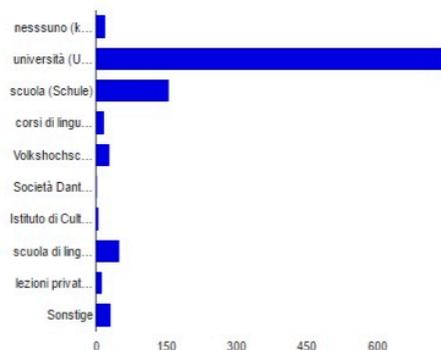
Bundesland di residenza



Baden-Württemberg	84	10.3 %
Bayern	247	30.3 %
Berlin	75	9.2 %
Brandenburg	24	2.9 %
Bremen	18	2.2 %
Hamburg	9	1.1 %
Hessen	22	2.7 %
Mecklenburg-Vorpommern	18	2.2 %
Niedersachsen	38	4.7 %
Nordrhein-Westfalen	129	15.8 %
Rheinland-Pfalz	70	8.6 %
Saarland	48	5.9 %
Sachsen	17	2.1 %
Sachsen-Anhalt	1	0.1 %
Schleswig-Holstein	2	0.2 %
Thüringen	8	1 %
Sonstige	4	0.5 %

Informazioni su di te

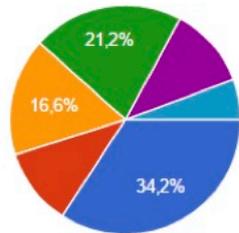
Stai seguendo/ hai seguito uno o più corsi di italiano? Dove?



nessuno (kein Italienischkurs)	21	2.6 %
università (Universität/Hochschule)	744	92.1 %
scuola (Schule)	156	19.3 %
corsi di lingua e cultura italiana del Consolato (Muttersprachunterricht vom Italienischen Konsulat)	19	2.4 %
Volkshochschule	30	3.7 %
Società Dante Alighieri	2	0.2 %
Istituto di Cultura Italiano	6	0.7 %
scuola di lingue (Sprachschule)	51	6.3 %
lezioni private (Privatunterricht)	13	1.6 %
Sonstige	33	4.1 %

Informazioni su di te

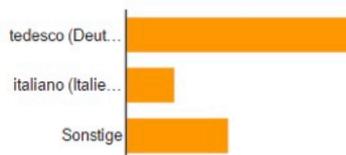
Livello di conoscenza dell'italiano



A1	273	34.2 %
A2	87	10.9 %
B1	133	16.6 %
B2	169	21.2 %
C1	91	11.4 %
C2	46	5.8 %

Informazioni su di te

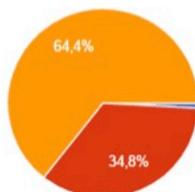
Lingua madre



tedesco (Deutsch)	668	82.2 %
italiano (Italienisch)	64	7.9 %
Sonstige	136	16.7 %

Informazioni su di te

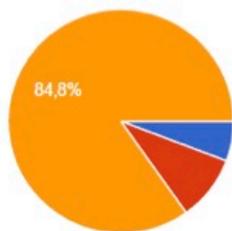
Livello di istruzione



scuola di base (Hauptschulabschluss/Mittlere Reife)	7	0.9 %
scuola superiore (Abitur)	282	34.7 %
università (Studium)	522	64.3 %

Informazioni su di te

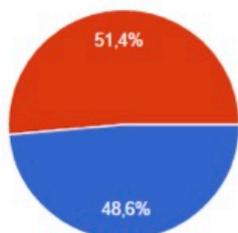
La tua famiglia è di origine italiana?



sì, entrambi i genitori (ja, beide Eltern)	47	5.8 %
sì, uno dei miei genitori (ja, ein Elternteil)	77	9.4 %
no (nein)	693	84.8 %

Informazioni su di te

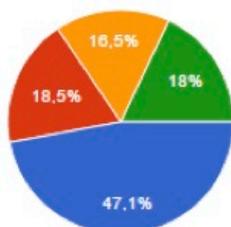
Soggiorno in Italia



sì (ja)	395	48.5 %
no (nein)	418	51.3 %

Informazioni su di te

Durata complessiva dei vari soggiorni in Italia



meno di 3 mesi (weniger als 3 Monate)	186	47.1 %
3-6 mesi (3-6 Monate)	73	18.5 %
6-12 mesi (6-12 Monate)	65	16.5 %
più di un anno (über ein Jahr)	71	18 %

Le dieci parole: classifica generale

parola	occorrenze	% frequenza	parola	occorrenze	% frequenza
1. pizza	378	4,89	11. spaghetti	102	1,32
2. mare	269	3,48	12. vacanza/e	90	1,16
3. pasta	244	3,16	13. famiglia	85	1,10
4. amore	212	2,74	14. bella	83	1,07
5. sole	196	2,54	15. grazie	80	1,03
6. gelato	183	2,37	16. caffè	77	1,00
7. ciao	157	2,03	17. mafia	77	1,00
8. mangiare	157	2,03	18. buongiorno	76	0,98
9. Roma	139	1,80	19. spiaggia	76	0,98
10. vino	110	1,42	20. musica	75	0,97

10 parole (risultati da 21 a 60)

21. cultura	31. bello	41. storia	51. estate
22. arte	32. prego	42. lingua	52. essere
23. ragazzo	33. città	43. italiano	53. bellezza
24. calcio	34. ragazza	44. caldo	54. espresso
25. dolce vita	35. arrivederci	45. allora	55. opera
26. casa	36. parlare	46. Venezia	56. cantare
27. moda	37. amici	47. cucina	57. scusi
28. cibo	38. Berlusconi	48. Italia	58. vita
29. piazza	39. ristorante	49. università	59. chiesa
30. bene	40. dolce	50. cappuccino	60. mamma

Le dieci parole: in base al sesso

10 parole donne	occorrenze	% frequenza	10 parole uomini	occorrenze	% frequenza
1. pizza	279	4,74	1. pizza	98	5,36
2. mare	221	3,75	2. pasta	55	3,01
3. pasta	189	3,21	3. mare	47	2,57
4. amore	175	2,97	4. ciao	44	2,40
5. sole	169	2,87	5. amore	37	2,02
6. gelato	155	2,63	6. mangiare	35	1,91
7. mangiare	122	2,07	7. Roma	35	1,91
8. ciao	113	1,92	8. calcio	35	1,91
9. Roma	104	1,77	9. spaghetti	29	1,58
10. vino	82	1,39	10. vino	28	1,53

10 parole donne (risultati da 11 a 20)		10 parole uomini (risultati da 11 a 20)	
11. famiglia	21. arte	11. sole	21. Italia
12. vacanza/e	22. mafia	12. gelato	22. Sicilia
13. spaghetti	23. dolce vita	13. mafia	23. prego
14. musica	24. casa	14. buongiorno	24. Berlusconi
15. bella	25. moda	15. grazie	25. bene
16. caffè	26. piazza	16. bella	26. italiano
17. grazie	27. cibo	17. spiaggia	27. arte
18. spiaggia	28. bello	18. vacanza/e	28. ragazzi
19. buongiorno	29. città	19. caffè	29. ragazza
20. cultura	30. bene	20. casa	30. Ferrari

Le dieci parole: in base al Land di residenza

Baden-Württem. %		Bayern %		Berlin %		Brandenburg %		Bremen %	
mare	4,39	pizza	5,29	pizza	3,65	pizza	4,09	pizza	5,56
pizza	4,02	mare	3,50	amore	3,11	pasta	3,18	sole	5,56
amore	3,41	pasta	3,46	pasta	2,70	sole	3,18	mangiare	4,44
sole	3,29	amore	2,71	mare	2,57	mangiare	2,73	pasta	3,89
ciao	2,80	ciao	2,33	mangiare	2,30	mare	2,27	gelato	3,33
mangiare	2,56	gelato	2,25	vino	2,16	ciao	1,82	mare	2,78
pasta	2,07	sole	2,17	sole	1,89	spaghetti	1,82	amore	2,78
gelato	1,95	roma	2,00	caffè	1,62	grazie	1,82	famiglia	2,22
roma	1,83	mangiare	1,79	ciao	1,49	famiglia	1,82	roma	2,22
musica	1,83	vino	1,54	gelato	1,22	tiramisù	1,82	vino	1,67

Hamburg %		Hessen %		Mecklemburg-Vorpommern %		Nieder-sachsen %		Nordrhein-Westfalen %	
mare	4,29	mare	6,11	pizza	3,89	pizza	7,30	pizza	5,04
pizza	2,86	pizza	5,56	sole	3,33	pasta	5,68	pasta	3,57
gelato	2,86	mangiare	4,44	mare	2,78	ciao	3,24	mare	3,39
caffè	2,86	gelato	3,89	mangiare	2,78	gelato	2,97	gelato	3,22
casa	2,86	amore	3,89	amore	2,78	mare	2,70	sole	2,70
ciao	2,86	sole	3,33	roma	2,78	amore	2,70	amore	2,17
fratello	2,86	famiglia	2,78	pasta	2,78	mangiare	2,16	ciao	1,83
apparta-mento	2,86	roma	2,78	gelato	2,22	spaghetti	2,16	roma	1,74
		ciao	2,22	casa	1,67	caffè	1,89	mafia	1,74
		pasta	2,22	musica	1,67	sole	1,62	mangiare	1,48

Rheinland-Pfalz		Saarland		Sachsen		Thüringen		Sonstiges	
	%		%		%		%		%
pizza	4,70	pizza	4,77	pizza	6,25	pasta	5,71	musica	6,56
mare	3,94	mare	3,41	sole	3,13	mare	4,29	mare	4,92
amore	3,33	amore	3,18	mare	2,50	sole	2,86	pizza	3,28
gelato	3,03	pasta	3,18	vino	2,50	gelato	2,86	arte	3,28
roma	2,58	sole	3,18	pasta	1,88	moda	2,86	vino	3,28
pasta	2,42	grazie	2,50	mangiare	1,88	storia	2,86	andare	3,28
sole	2,42	bella	2,05	ciao	1,88	mafia	2,86	bello	3,28
spaghetti	1,82	mangiare	2,05	casa	1,88	cultura	2,86	bellezza	3,28
vino	1,67	gelato	1,82	ragazzi	1,88				
cultura	1,67	ciao	1,82	dolce vita	1,88				

Le dieci parole: in base al livello di italiano

A1	num.(%)	A2	num.(%)	B1	num.(%)
pizza	125 (4,70%)	pizza	41 (4,88%)	pizza	68 (5,40%)
pasta	80 (3,01%)	pasta	27 (3,21%)	pasta	50 (3,97%)
ciao	78 (2,93%)	mare	26 (3,10%)	mare	43 (3,41%)
mare	73 (2,74%)	amore	25 (2,98%)	sole	33 (2,62%)
amore	69 (2,59%)	ciao	21 (2,50%)	amore	29 (2,30%)
gelato	65 (2,44%)	gelato	18 (2,14%)	gelato	29 (2,30%)
mangiare	56 (2,11%)	sole	18 (2,14%)	mangiare	28 (2,22%)
Roma	55 (2,07%)	Roma	16 (1,90%)	Roma	22 (1,75%)
buongiorno	50 (1,88%)	bella	13 (1,55%)	ciao	17 (1,35%)
spaghetti	46 (1,73%)	mangiare	12 (1,43%)	spaghetti	17 (1,35%)

B2	num.(%)	C1	num.(%)	C2	num.(%)
pizza	72 (4,56%)	pizza	45 (5,17%)	mare	22 (5,00%)
mare	59 (3,73%)	mare	42 (4,83%)	pizza	20 (4,55%)
sole	51 (3,23%)	sole	33 (3,79%)	sole	15 (3,41%)
amore	50 (3,16%)	pasta	29 (3,33%)	pasta	11 (2,50%)
gelato	45 (2,85%)	amore	28 (3,22%)	famiglia	11 (2,50%)
pasta	43 (2,72%)	mangiare	19 (2,18%)	arte	11 (2,50%)
mangiare	33 (2,09%)	mafia	19 (2,18%)	amore	9 (2,05%)
famiglia	26 (1,65%)	gelato	18 (2,07%)	cultura	8 (1,82%)
mafia	25 (1,58%)	roma	17 (1,95%)	musica	8 (1,82%)
roma	24 (1,52%)	famiglia	15 (1,72%)	storia	8 (1,82%)

Le dieci parole: in base alla durata del soggiorno in Italia

0 mesi	num.(%)	meno di 3 mesi	num.(%)
pizza	208 (5,12%)	pizza	89 (5,00%)
mare	139 (3,42%)	mare	63 (3,54%)
pasta	137 (3,37%)	pasta	58 (3,26%)
amore	110 (2,71%)	sole	53 (2,98%)
gelato	92 (2,27%)	amore	48 (2,70%)
mangiare	89 (2,19%)	gelato	45 (2,53%)
ciao	88 (2,17%)	ciao	34 (1,91%)
sole	87 (2,14%)	mangiare	31 (1,74%)
roma	84 (2,07%)	roma	31 (1,74%)
vino	64 (1,58%)	spaghetti	27 (1,52%)

3-6 mesi	num.(%)	6-12 mesi	num.(%)	più di un anno	num.(%)
pizza	32 (4,71%)	mare	27 (4,50%)	pizza	26 (4,26%)
amore	23 (3,38%)	pizza	22 (3,67%)	mare	19 (3,11%)
mare	21 (3,09%)	sole	21 (3,50%)	sole	18 (2,95%)
pasta	21 (3,09%)	pasta	18 (3,00%)	arte	15 (2,46%)
sole	17 (2,50%)	amore	17 (2,83%)	amore	14 (2,30%)
gelato	17 (2,50%)	gelato	15 (2,50%)	gelato	14 (2,30%)
ciao	13 (1,91%)	mangiare	13 (2,17%)	mangiare	12 (1,97%)
mangiare	12 (1,76%)	ciao	12 (2,00%)	famiglia	12 (1,97%)
spiaggia	11 (1,62%)	famiglia	9 (1,50%)	moda	11 (1,80%)
cibo	11 (1,62%)	bella	8 (1,33%)	pasta	10 (1,64%)

Le dieci parole: in base al luogo del soggiorno in Italia

Nord	num.(%)	Centro	num.(%)	Sud	num.(%)
pizza	130 (4,45%)	pizza	170 (4,59%)	mare	38 (5,14%)
mare	105 (3,60%)	mare	131 (3,54%)	sole	30 (4,05%)
sole	85 (2,91%)	sole	110 (2,97%)	pizza	28 (3,78%)
pasta	85 (2,91%)	pasta	110 (2,97%)	mangiare	24 (3,24%)
amore	79 (2,71%)	amore	102 (2,76%)	amore	23 (3,11%)
gelato	74 (2,53%)	gelato	92 (2,49%)	famiglia	16 (2,16%)
ciao	60 (2,05%)	ciao	71 (1,92%)	pasta	15 (2,03%)
mangiare	54 (1,85%)	mangiare	69 (1,86%)	gelato	13 (1,76%)
famiglia	40 (1,37%)	roma	55 (1,49%)	ciao	13 (1,76%)
spiaggia	38 (1,30%)	vino	47 (1,27%)	musica	9 (1,22%)

La parola preferita: classifica generale

parola	occorrenze	% frequenza	parola	occorrenze	% frequenza
1. amore (4)	63	8,15	11. sole (5)	9	1,16
2. ciao (7)	23	2,98	12. calcio (24)	8	1,03
3. pizza (1)	20	2,59	13. mare (2)	8	1,03
4. mangiare (8)	18	2,33	14. bellezza (53)	7	0,91
5. gelato (6)	17	2,20	15. pasta (3)	7	0,91
6. allora (45)	16	2,07	16. tesoro (617)	7	0,91
7. farfalla (289)	14	1,81	17. bellissimo (383)	6	0,78
8. bella (14)	12	1,55	18. cuore (233)	6	0,78
9. chiacchierare (291)	9	1,16	19. dolce vita (25)	6	0,78
10. grazie (15)	9	1,16	20. vino (10)	6	0,78

La parola preferita: in base al sesso

Parola preferita donne	occorrenze	% frequenza	Parola preferita uomini	occorrenze	% frequenza
1. amore	53	9,00	1. amore	10	5,46
2. ciao	17	2,89	2. pizza	8	4,37
3. mangiare	15	2,55	3. calcio	8	4,37
4. gelato	14	2,38	4. ciao	6	3,28
5. farfalla	13	2,21	5. allora	6	3,28
6. pizza	12	2,04	6. bella	4	2,19
7. allora	10	1,70	7. mangiare	3	1,64
8. bella	8	1,36	8. gelato	3	1,64
9. chiacchierare	7	1,19	9. grazie	3	1,64
10. sole	7	1,19	10. andiamo!	3	1,64

Personalità

Personalità	occorrenze	Personalità	occorrenze
1. Berlusconi (38°)	32	11. Gianna Nannini	2
2. Dante	19	12. Giuseppe Verdi	2
3. Leonardo da Vinci	7	13. Luca Toni	2
4. Eros Ramazzotti	7	14. Matteo Renzi	2
5. Petrarca	5	15. Mussolini	2
6. Federico Fellini	4	16. Totti	2
7. Adriano Celentano	3	17. Tre Corone	2
8. Boccaccio	3	18. Vivaldi	2
9. Michelangelo	3	Ferrari	16
10. Romeo e Giulietta	3	Lamborghini	4

Località

Località	occorrenze	Località	occorrenze
1. Roma (9°)	145	11. Mediterraneo	5
2. Venezia (46°)	28	12. Lampedusa	3
3. Milano	19	13. Vesuvio	3
4. Sicilia	19	14. Cinecittà	2
5. Colosseo	16	15. Isola d'Elba	2
6. Firenze	15	16. Genova	2
7. Toscana	15	17. Pisa	2
8. Lago di Garda	13	18. Sanremo	2
9. Vaticano	10	19. Sardegna	2
10. Napoli	9	20. Trentino Alto-Adige	2

Die Zukunft der italienischen Sprache: Fokus Deutschland

Pressemeldung des ADI e.V.

"Italienisch ist die am vierthäufigsten gelernte Sprache in der Welt" und „Deutschland führt die Statistik der Länder an, in denen Italienisch am meisten gelernt wird“: Diese etwas überraschenden Nachrichten haben die Berichterstattung über die Konferenz der italienischen Sprache in der Welt dominiert. Diese Veranstaltung mit dem Motto „Stati Generali della Lingua italiana nel mondo“ (Generalstände der italienischen Sprache in der Welt) fand 2014 in Florenz statt und wurde vom italienischen Außenministerium in Zusammenarbeit mit dem Bildungsministerium und dem Ministerium für Kulturgüter organisiert.

Die Konferenz machte erstmalig deutlich, wie bedeutend die Rolle der italienischen Sprache für die weltweite Imageförderung Italiens ist, jedoch war es in diesem Rahmen nicht möglich, vertieft auf die spezifischen Situationen der einzelnen Länder einzugehen.

Die „Stati Generali della Lingua Italiana in Germania“ (Generalstände der italienischen Sprache in Deutschland), die am 8. April 2016 in München stattfinden (#SGLIG), setzen nun die Arbeit fort, die 2014 in Florenz mit einer allgemeinen Perspektive begann, und konzentrieren sich gezielt auf Deutschland - das Land, in dem Italienisch im Weltvergleich am meisten gelernt wird.

Ziel ist es, ein genaues und realistisches Bild der Verbreitung der italienischen Sprache in Deutschland zu vermitteln und die Besonderheiten dieses Landes aufzuzeigen. Eines Landes, in dem der Markt im Fremdsprachenbereich schwierig und umkämpft ist und sich rasant verändert. Eines Landes mit einer starken italienischen Zuwanderung älteren und neueren Datums. Eines Landes, das

Organizzazione



aufgrund der sehr engen kulturellen und wirtschaftlichen Beziehungen für Italien von außerordentlicher Bedeutung ist.

Wie steht es um die italienische Sprache in Deutschland? Welche Tendenzen können wir aus den Zahlen herauslesen, die in Florenz vorgestellt wurden? Welche Entwicklungen sind positiv, welche problematisch?

Die SGLIG bieten die Gelegenheit,

- die Einrichtungen kennenzulernen, die im Bereich der Förderung der italienischen Sprache tätig sind;
- die Zukunftschancen der italienischen Sprache auf dem deutschen Markt besser zu verstehen und einzuschätzen;
- den institutionellen Dialog zu fördern.

Die SGLIG bieten allen beteiligten Akteuren ein offenes und transparentes Austauschforum, um sich konstruktiv mit den aktuellen Herausforderungen zu befassen und um gemeinsame Strategien und gute Praktiken zu entwickeln und aufzuzeigen.

Alle sind herzlich eingeladen, an den SGLIG teilzunehmen: Fragen und Anmerkungen können sowohl im Vorfeld als auch während der Veranstaltung unter #SGLIG (über Facebook und Twitter) oder per E-Mail an info@adi-germania.org eingereicht werden.



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN

INSTITUT FÜR ITALIENISCHE PHILOLOGIE



ADI
Associazione Docenti
Italiano

Stati Generali della Lingua Italiana in Germania

9.00–10.00

Apertura dei lavori e saluti

S.E. Pietro Benassi, Ambasciatore d'Italia
Prof. Dr. Barbara Conradt, Vizepräsidentin LMU
Prof. Dr. Florian Mehlretter, Vorstand Institut
für Italienische Philologie LMU
Dott.ssa Livia Novi, presidente ADI

10.00–10.30

Gli Stati Generali della Lingua Italiana: da Firenze a Monaco

Dott.ssa Lucia Pasqualini, MAECI

10.30–11.00

L'italiano nei dipartimenti di Lingua e Letteratura Italiana

Prof. Dr. Thomas Krefeld, LMU München

11.00–11.30

Presentazione del progetto: 10 parole per l'italiano

a cura di: Dr. Tatiana Bisanti, Dott. Andrea Palermo
Prof. Sergio Lubello

11.30–12.00

pausa caffè

12.00–12.30

L'italiano nei centri linguistici interfacoltà

Dott.ssa Paola Cesaroni, Sprachenzentrum
Friedrich-Alexander-Universität, Erlangen

12.30–13.00

L'italiano nelle scuole di primo e secondo grado

Antonio Bentivoglio, Adam-Kraft-Gymnasium, Schwabach

13.00–13.30

L'italiano nei corsi organizzati dai consolati e dagli enti gestori

Dott.ssa Maria Concetta Capilupi,
Ufficio Scuola circoscrizione di Monaco

13.30–15.00

pausa pranzo

15.00–15.30

L'italiano negli IIC

Prof. Luigi Reitani, Istituto Italiano di Cultura di Berlino

15.30–16.00

L'italiano nelle VHS

Dr. Anna Maria Arrighetti, VHS Hanau

16.00–17.30

Discussione in plenum dei relatori

Introduzione e moderazione: Prof. Paolo E. Balboni,
Università Ca' Foscari di Venezia

venerdì, 8 aprile 2016

Monaco di Baviera

Ludwig-Maximilians-Universität
Geschwister-Scholl-Platz, 1
Hauptgebäude, Hörsaal M110
www.adi-germania.org



Consolato Generale d'Italia
Monaco di Baviera



ISTITUTO
italiano
DI CULTURA
MONACO DI BAVIERA

Discussione finale

trascrizione della discussione moderata dal Prof. Paolo E. Balboni

Ho fatto una primissima sintesi che aprirò con tre domande correlate che ne assorbono molte di quelle che mi sono state proposte. Prof. Balboni

La prima sintesi comprende quello che mi è stato detto ieri sera, in cui c'è stata una bella cena con tantissimi soci dell'ADI, e poi in albergo stamattina, sempre con i soci dell'ADI. La prima serie di domande viene alla struttura, diciamo, dei ministeri coinvolti, sia in sede romana sia in sede locale, che garantiscono il finanziamento, supporto, e alle autorità che qui operano. Sono tre cose che vengono chieste: una è se è possibile pensare a dare maggiore certezza, non tanto sulla quantità dei finanziamenti, ma, la battuta che mi ha detto un collega fuori era "meglio pochi sporchi subito e sempre che tanti che non si sa se arrivano". La lamentela è stata la maggiore, quella della totale incertezza sul supporto, il sostegno da parte di Roma e da parte delle varie autorità locali, delle istituzioni locali. A questo è stata aggiunta anche la necessità di vedere ancora una volta se sia possibile avere una maggiore certezza nei tempi di sostituzione del tipo di personale - i direttori degli IIC, i dirigenti che cambiano ogni triennio, ogni 5 anni -, perché il fatto che il successore arrivi 5 mesi dopo - come è il caso pare di un istituto qua -, fa sì che venga a mancare quella continuità che invece viene ritenuta da tutti fondamentale. Molti progetti vengono lasciati a metà o dimenticati, non per mancanza di fondi, ma perché non essendoci un passaggio delle consegne reale diventano uno spreco di fondi per la parte che è già stata utilizzata. Quindi, certezze nei tempi della presenza e certezza dell'arrivo dei fondi, magari pochi, ma certi. Questa era la prima parola.

Seconda, molto più rapida: marketing. Mi facevano notare tanti - ma è emerso anche dalle relazioni - che sono molto più fedeli frequentatori dei corsi di italiano i tedeschi non di origine italiana perché le famiglie italiane che spesso poi hanno... mandano i loro figli - o sono costrette a mandare i loro figli - nei tipi di scuola di minor prestigio, ma le famiglie italiane sono convinte di sapere già l'italiano e quindi è meglio studiare lo spagnolo che tanto somiglia

all'italiano. Quindi, che tipi di interventi si possono fare, con quali strategie, per presentare alle famiglie - non solo ai ragazzi, che non sono loro a scegliere a 13-14-15 anni -, alle famiglie l'utilità di fare l'italiano a scuola. Questo perché, tutti confermavano, se l'italiano scompare dalle scuole, poi scompare dalle università, sia perché non c'è studente in ingresso già interessato, sia perché lo studente che fa la laurea in italiano poi non ha uno sbocco professionale.

Ultimo: che garanzie, che strumenti, che metodologie può usare Roma, ma anche la struttura locale per garantire una formazione didattica, di cui abbiamo avuto l'esempio prima quando il collega parlava della didattica e competenze di PISA. PISA è un orrido e pessimo e malfatto strumento che ha preso una vulgata sbagliata e insufficiente del - sto usando eufemismi - della didattica per competenze e ne ha fatto quella cosa che ha fatto. Allora: come formare uniformemente gli insegnanti di italiano in Germania che vanno dalle vhs alle università, ai dipartimenti, a tutte le realtà che sappiamo ?

Ultimo: proprio per garantire una formazione senza buttare danaro - poco danaro pubblico disponibile -, vedremo un attimo di stabilire tutte quelle sinergie che ci sono già in atto, ma due a due, università di Venezia con università di Erlangen. Ma andare a vedere tutto quello che c'è nelle università, negli scambi tra scuole, il progetto Comenius c'è esiste e funziona con molte scuole tedesche; ma anche tutti quei gemellaggi, ad esempio quello tra le scuole popolari di Francoforte e la scuola popolare di Milano... come si chiama... università popolare di Milano, che è una grandissima scuola di lingue, una delle migliori in assoluto, tra l'altro a Milano dove ce ne sono tante. Quindi tre parole d'ordine: certezze, supporto al marketing, mirandolo, e garantire la qualità. Siccome ho fatto uno schemino di queste prime tre domande, lo passo subito alla persona che deve andare via per prima.

Dott.ssa
Pasqualini

Allora, qualità e quantità di fondi: i fondi sono... sul mio capitolo sono 700 000 euro per tutta la rete. Cioè, ve lo dico perché, insomma, stiamo parlando del mondo. La Germania è indubbiamente importante, però mettetevi nei miei panni, c'abbiamo un'intera rete da sostenere, sono obiettivamente molto pochi. Le richieste sono poi venute poche settimane fa, le stavo già guardando. E' difficile, molto difficile. Mi collego al discorso che faceva il prof. Reitani: ci sono situazioni che non vanno, dopponi, e anche per me situazioni che non comprendo. Secondo me è importante, ecco, da parte nostra, avviare una ristrutturazione di tutta la problematica della promozione della lingua italiana a livello ministeriale perché io c'ho 700 000 euro però gli enti gestori ne prendono un po' di più. C'è qualcosa che non va se poi gli enti gestori fanno promozione della lingua italiana, decidiamoci. Se uno

mette tutti i soldi nello stesso calderone allora si riesce a fare un discorso diverso. Io questo è un discorso che sto portando avanti da più di un anno, vediamo che cosa succede con i tempi romani, allora ne riparlamo. Allo stato attuale quelli sono i fondi e io dovrò prendere una decisione che non è sicuramente molto facile, però ho già dato indicazioni diverse rispetto agli anni passati. Avete visto sicuramente i moduli... sono stati... io ho cambiato i moduli sottolineando che volevo capire per cosa venivano spesi questi soldi, perché non avendo indicazioni è difficile dire “va beh do 3mila di qua 5mila di qua” perché stiamo parlando di cifre talmente basse che sono insignificanti. Mi sono incentrata soprattutto all’inizio sugli USA, quando ho visto che davano 2500 euro al Texas mi sono chiesta “ma che ci fa l’università del Texas con 2500 euro?”. Altro discorso se l’università di Boston mi chiede 4000 euro per fare un corso online, allora già ci sto. Si tratta di rivedere anche da parte vostra le modalità con cui compilate i moduli di richiesta. Cioè io voglio capire a cosa servono questi fondi, con quali progetti, e che cosa producono. Ecco, parliamo, facciamo un discorso anche di analisi di mercato. Per prendere una decisione ho bisogno di informazioni certe, per dare certezze... io vi assicuro sono una puntuale quindi la scadenza delle richieste era fine marzo, sarà una delle prime cose che vedrò ad aprile, e se le relazioni, la documentazione è stata consegnata, io comunque entro luglio voglio pagare tutto. Perché appunto secondo me non ha senso inviare questi contributi a settembre, ottobre, novembre quando l’anno accademico è già iniziato, cioè uno deve avere una certezza. Per cui, ove le università hanno presentato le relazioni - vi posso assicurare che non tutti presentano i documenti richiesti - da parte mia non c’è alcun problema a pagare immediatamente.

Per quanto riguarda il marketing, la comunicazione: difficile per me darvi una risposta dal ministero, nel senso che ogni paese va affrontato in maniera diversa. Questo sicuramente è un discorso da fare a livello locale. Negli USA - una realtà che conosco e che ho vissuto bene-, si fa comunicazione, si fa con tanti strumenti, social media, realtà editoriali anche in lingua inglese, ma c’è un’attenzione particolare diversa credo rispetto a tutto il mondo che non vive neanche il Regno Unito. Sicuramente occorre iniziare a lavorare di più sui social media, essere più attraenti, ecco parlavo col prof. Bentivoglio, dicevo, la copertina del libro nuovo, sì, sarà nuovo, però l’immagine che diamo è un’immagine anni ’70, cioè l’Italia è qualcos’altro e si parte anche da lì, da una copertina di un libro, cioè io ho un’immagine di Italia contemporanea, di design. La copertina del libro con il ristorante, cioè, dipende poi da che foto ci metti, quindi sta anche a noi, che tipo di materiale noi forniamo ai nostri studenti... a New York l’ente gestore dei corsi di italiano - che poi fa anche i corsi all’istituto di cultura perché negli USA non

si può fare i corsi -, è gestito da questo presidente, è un imprenditore che ha dato un approccio completamente nuovo ai corsi di italiano nelle scuole, corsi curricolari, introducendo progetti speciali. E' partito con "mangia sano-parla italiano" e porta gli studenti da Eataly, da Barilla, con i cuochi e insegna l'italiano in cucina, da Giovanni Rana... certo, New York mi rendo conto che è diverso, però ognuno nelle proprie realtà può sicuramente fare cose diverse. Ecco, adottare un approccio diverso e sfruttare quello che poi c'è sul mercato. Perché tra l'altro loro si fanno pubblicità, non è che Giovanni Rana è tanto a disposizione per lui, o Lidia Bastianich, o che altro. Oppure tutti all'opera con i cantanti dell'opera, ecco, perché la sua teoria è che se i ragazzi tornano a casa e dicono "mamma, oggi mi sono divertito tantissimo al corso di italiano!", il genitore è più invogliato a fargli studiare l'italiano. Comunicazione è anche questo. Poi, indubbiamente anche il discorso di coinvolgere maggiormente le comunità italiane, fargli capire che la conoscenza della lingua passa per lo studio della lingua e non si trasmette soltanto oralmente. Il discorso che facevo stamattina, di far capire appunto agli italiani che sono una grande risorsa per il paese e non soltanto, ecco, attraverso l'apprendimento dell'italiano, ma come veicolo di uno stile di vita, un modello culturale che insomma, tutti quanti noi apprezziamo.

Qualità: formare alla didattica, ci stiamo lavorando insieme, cioè fondamentalmente questo, cercare di adottare una didattica che sia più vicina a quelli che sono gli interessi dei giovani, io non vi nego che sono rimasta abbastanza colpita dal progetto 10 parole: cioè, se questo è quello che riescono a esprimere gli studenti universitari: pizza, gelato... insomma, queste sono le parole che uno trova per strada, non può essere che uno studente universitario, se uno dice penso all'Italia penso alla pizza... cioè, già moda mi sembrerebbe... ma insomma, comunque stiamo parlando di livelli bassi, allora mi chiedo io, è una questione di generazioni di studenti poco interessati, poco motivati, poco colti o siamo noi che non capiamo che cosa vogliono le nuove generazioni... non lo so, è una domanda. Certo, la didattica, la metodologia è estremamente importante, e l'utilizzo delle nuove tecnologie. Come avvicinarli? Non so, facendo anche corsi su facebook - la butto lì eh, non mi fraintendete -, nel senso che comunque sia dobbiamo porci un nuovo modo di attrarre allo studio della lingua e come farlo. Perché appunto è un circolo virtuoso: cioè, se non abbiamo un interesse per la lingua, poi all'università... si ripercuote sull'università, cioè l'università forma i docenti che vanno in tutte le scuole, quindi dobbiamo cercare di capire come farlo. Indubbiamente questo paese è un paese straordinario per lo studio dell'italiano, di tutto ciò che è italiano, non possiamo abbandonarlo, io su questo voglio essere chiara.

Certo dobbiamo reindirizzare tutta la politica e la metodologia, poi, non so, io sto qui anche per avere uno scambio con voi.

Vogliamo avere un primo commento o vediamo... allora, cosa ci può venire su questa richiesta di un maggiore coordinamento per ottimizzare la formazione dei docenti, per esempio, di un maggiore coordinamento per avere una metodologia e una organizzazione unica o coordinata, quantomeno, di promozione, per evitare di avere 8 persone affiancate che promuovono, e per far sì che ci sia una maggiore certezza nei tempi oltre che nelle quantità di supporto da parte delle strutture.

Chi comincia?

Prof. Balboni

Proprio per dare un po' qualche risposta e qualche suggestione. Qualsiasi sistema noi sappiamo che soggiace alla legge della degradazione e noi andiamo in un contesto non di crescita. In prima battuta ci sono le persone e quindi i consoli che hanno una grande disponibilità, una grande attenzione. Però, per meglio capire vorrei aggiungere qualche cosa alla fotografia che è stata fatta stamattina. A Dortmund non ci sono scuole di lingue, ce n'era una sola ancora registrata al ministero ma che di fatto non esiste più perché il docente che c'era tre anni fa' è stato trasferito d'ufficio, per questioni di economia, di spesa. A Colonia non esiste più neppure l'ufficio scolastico, non ci sono scuole, l'unica che c'era era la Italo Svevo, l'unico liceo linguistico in Germania che rilascia diploma in italiano e in tedesco, però per questioni economiche verrà chiuso. Sempre a Colonia sono citate alcune scuole primarie denominate bilingue, però bilingue solo con risorse tedesche, insegnanti italiani non ci sono più, quindi anche lì siamo in forte difficoltà. Francoforte è un mondo a parte, forse la struttura meglio organizzata da questo punto di vista per questioni anche storiche, abbiamo visto stamattina che il 50% dei docenti in Germania sono a Francoforte. Perché a Francoforte esiste un sistema, un sistema di scuole bilingue che comincia dalla scuola dell'infanzia attraverso le Grundschulen e poi un ginnasio, quindi c'è un intero percorso. In questi anni del mio mandato abbiamo incrementato un'altra scuola bilingue e siamo in attesa di alcune risposte dal ministero per allargare, per istituire un'altra sezione bilingue nella Realschule, per avere il sistema completo. Esiste per questo un protocollo di intesa tra il governo dell'Assia e l'Italia, quindi se si vogliono fare le scuole bilingue non possono essere scuole bilingue provvisorie, né solamente privatistiche. Qui a Monaco ho partecipato alla creazione, seppure in maniera non molto attiva, quando è stata istituita la scuola bilingue Leonardo da Vinci; però non è un progetto forte che possa essere trasferibile. I progetti forti sono quelli che si possono trasferire, che si possono riprodurre. Questa credo possa essere una tendenza, una direzione. Capisco che vi

Dott. Berardino,
Dirigente
scolastico di
Francoforte
Colonia e
Dortmund

sono problemi nelle risorse: le risorse devono essere umane, professionali, economiche. Però cerchiamo di fare in un contesto come questo di debolezza economica, il nostro dovere in qualche modo. Però abbiamo bisogno di una maggiore flessibilità da parte del ministero. Ma questo è normale, perché se abbiamo rigidità di bilancio, della docenza, dell'attribuzione dei posti, difficilmente riusciamo ad essere creativi. Da questo punto di vista credo che ci sono delle possibilità, l'università può svolgere un ruolo importante. Stamattina si diceva di fare un lavoro a rete, di costituirci come rete effettiva non solamente sulla carta, perché se non c'è una rete reale, effettiva, fatta di socialità, fatta di persone, fatta di competenza, rapporti interistituzionali, i progetti sono destinati a cadere. Ecco perché raccogliendo alcune idee che stanno venendo avanti da Francoforte all'università, si sta cercando la collaborazione con tutte le istituzioni, scuola europea, scuole dove c'è insegnamento dell'italiano. Gli studenti dell'università andranno a breve nelle scuole a fare proselitismo, a fare esperienza. Le idee possono essere tante, c'è però bisogno di un momento nel quale facciamo tutti quanti una bella riflessione: cosa c'è, quali sono le criticità vere, quali sono le potenzialità che possiamo avere con gli strumenti che ci sono attualmente a disposizione. Allora il raccordo diventa particolarmente importante. Se è vero che dobbiamo promuovere la lingua, l'apprendimento delle lingue, dobbiamo cominciare dalla scuola dell'infanzia. La domanda è: "cosa facciamo noi come Italia, come italiani per creare strutture di scuole dell'infanzia bilingui?". Ce ne sono poche, ci sono a Saarbruecken, stanno facendo un lavoro bellissimo, c'è il progetto Arcobaleno di scuola bilingue, ben strutturato, ben fatto, si potrebbe prendere in considerazione per trasferirlo altrove. Ci vuole dinamismo, ci vuole attività, anche gli enti possono essere invitati in questa direzione. Anche i contributi che vengono dati possono essere finalizzati al progetto, anziché aspettare che qualcuno chieda dei soldi per fare qualcosa. Possiamo anche dire "vi diamo dei soldi perché dovete fare questa cosa qui". Che ci sia una bella collaborazione fra domanda e offerta. Allora qui non c'è da stabilire chi ha torto, chi ha ragione, torto, chi ha i soldi, chi non li ha, si tratta di instaurare una nuova idea, un nuovo modo di cooperare, di collaborare; in questo modo credo possiamo trovare risorse anche laddove non ci sono. Io credo che anche il mondo esterno, il mondo produttivo, industriale, economico può dare a noi una grande possibilità, una grande risorsa.

Prof. Krefed Ho trovato molto importante quest'ultimo intervento. Stamane si è parlato di sofferenza rispetto alla situazione dell'italiano in università. La vera sofferenza è che tutti hanno parlato dell'italiano in chiave economica, come fosse un prodotto. Si è parlato - anch'io- , si è parlato di offerta, domanda, valore e così via, ma non

dobbiamo dimenticare che esiste tutta questa comunità italiana che vive una specie di bilinguismo naturale senza avere possibilità di avere istituzioni scolastiche, ecc. Dobbiamo fare di tutto per conservare, per... come dire... per favorire questo bilinguismo naturale perché sarebbe un nucleo per spingere l'italiano un po' dappertutto, perché non è così... come dire... più o meno lingua seconda artificiale e così via, spingerà l'acquisizione dell'italiano come lingua straniera di avere, di poter sfruttare il bilinguismo vero che esiste di fatto.

Se posso collegarmi a questo e unendomi a quello che ha detto la dottoressa Pasqualini rispetto all'esperienza degli USA, io vedo che qui forse c'è un elefante nella stanza e che forse sono appunto gli italo-tedeschi. Gli italo-tedeschi sono una grandissima realtà che però vivono una condizione di semi-invisibilità. Io come passatempo mi diverto a raccogliere, ogni volta che incontro un nuovo italo tedesco, una lista, e in questa lista compaiono nomi che sono presenti nella collettività ma non come parti di una comunità. Cito un esempio, Ingo Zamperoni che presenta il telegiornale tedesco dell'ARD, o Giovanni di Lorenzo. Nome che si è aggiunto pochi giorni fa è il dott. [...] che è il capo del protocollo del presidente della repubblica tedesco. Allora nell'idea di promuovere, sponsorizzare e coinvolgere, qui credo che lo stato italiano anche senza fondi può però fungere da coordinamento, cioè può contattare questa comunità, cercare di infondere in questa comunità così frammentata un senso di comunità e motivarli. Naturalmente ci sono tutti esempi di industriali, persone che sono coinvolte nel business e invitarli ad investire in questa comunità. Cioè, quello che lei ha descritto sugli USA potrebbe avvenire anche in Germania, ma non avviene perché non c'è questa consapevolezza, perché alla fine siamo tutti divisi. Lo spirito della divisione italiana all'estero è ancora più forte, unito a un senso, purtroppo, di mancanza di coscienza, autocoscienza, ecc. Forse da Roma potrebbe venire parecchio come capacità di coordinamento anche attraverso le ambasciate, gli istituti, ecc. In questo senso si può fare ancora molto e non parliamo di budget, spezzerei una lancia in questa direzione.

Intervento dal pubblico

Non solo da Roma ma da Berlino, visto che stamattina c'era stato un invito a ritrovarsi come una dozzina d'anni fa a Berlino, quindi più che da Roma il coordinamento deve venire da Berlino.

Prof. Balboni

Esatto, il mio messaggio stamattina era proprio in questo senso, cioè essere consapevoli che le comunità italiane all'estero sono la più grande risorsa e che vanno utilizzate proprio per spingere verso l'alto, ma non soltanto la promozione della lingua italiana, in tutti i sensi, solo che noi siamo troppo individualisti. Negli USA è proprio la società che ti spinge a unirti, e quindi un minimo c'è, ma se

Dott.ssa Pasqualini

confrontiamo la comunità italo-americana a quella ebrea, cioè noi facciamo una figura come al solito... poi siamo italiani e questo è il problema che vive la comunità italo-tedesca, italo-svizzera, italo-belga, italo-inglese, è un problema proprio italiano. Sicuramente le istituzioni un qualcosa in più lo possono fare. Ecco sarebbe bello un convegno sull'identità italo-tedesca. [...]

Dott. Panebianco La conferenza di cui ho parlato oggi si tenne nel 2003, io ero parte dell'ufficio che la organizzò quindi per me è come sfondare una porta aperta. Ovviamente cambiano i contesti, cambiano le modalità organizzative, là ricordo che vennero diversi rappresentanti del nostro mondo, chiamiamolo così, da tutta la Germania con spese a carico dell'ambasciata. Ora si tratta di fare necessità virtù, ma ragioniamoci, gli spunti che sono venuti fuori nel corso degli interventi vanno tenuti in considerazione, come anche una forma di sostegno ad una prossima edizione degli stati generali della lingua italiana in Germania. Si possono, ripeto, tenere a Berlino, si possono tenere dove volete, ci sentiamo prima, cerchiamo di sostenervi perché capisco qual è lo sforzo che c'è dietro a una cosa del genere. Avendo fatto 4 anni in Argentina, dico... un evento così, c'è come minimo un po' di lavoro, un po' tra virgolette, qualche spesa, quindi tutto sommato io anche personalmente sono disposto ad aiutare ad un bis di questa iniziativa anche con cadenze temporali diverse. Se invece che farlo una volta all'anno ritenete di farlo la prossima volta tra tre mesi, per me si può fare benissimo.

Dott.ssa Pasqualini Posso dire una cosa? Cioè, oggi giorno, rispetto al 2003... Viviamo nell'epoca di internet, cioè già fare una mailing list e dialogare insieme con delle problematiche comuni e affrontarle, cioè uno si vede... ecco, ci vediamo la prima volta poi dopodiché uno può mantenere un rapporto virtuale.

Prof. Balboni Un richiamo alla collaborazione, al non doppione, triplone, quadriplone, veniva dal Prof. Reitani.

Prof. Reitani Sì, voglio provare a rispondere in maniera molto sintetica alle tre questioni che sono state poste e che in effetti sono centrali, cominciando dalla terza.
La qualità dei docenti: ovviamente sono miei punti di vista, del tutto personali, prendeteli come una posizione personale. Io credo che sia stato un passo importante il riconoscimento - finalmente - dello statuto scientifico del ricercatore di italiano come lingua seconda. E' una cosa che si aspettava da anni, il passo successivo mi auguro sia l'insegnamento diffuso dell'italiano come L2, e non solo nelle università per stranieri ma nelle università, perché questo è il futuro: la società plurilingue. Abbiamo bisogno sempre più di insegnanti che sappiano insegnare la nostra lingua agli stranieri in

Italia e che sappiano insegnare l'italiano all'estero. Questa è una cosa fondamentale che assicura la qualità. Siamo in grande ritardo, in Germania il DAF esiste da 20 anni, almeno, in maniera istituzionalizzata in tutte le università. In Italia questa cosa non esiste. Quando avremo corsi di laurea, riconoscimenti giuridici di questo tipo avremo fatto un passo avanti importante. Nell'attesa di questo... evidentemente supplisce a questo... che cosa? Il seminario d'aggiornamento che deve essere fatto in forma rigorosa coordinata, scientifica. E qui occorre dare vita a un lavoro non semplice di coordinamento raccogliendo le forze e le energie disperse; e credo che questo però è un lavoro che vada avviato nei rispettivi paesi. Quindi occorre dare vita a dei seminari di aggiornamento in cui ci si confronta anche tra settori diversi nel campo dell'insegnamento universitario, in quello dell'insegnamento nella formazione degli adulti - che significa istituti di cultura e vhs -, quindi separando le barriere che ci dividono, questa è una cosa da fare.

Il primo punto: io non mi faccio illusioni; francamente, nel momento in cui i ministeri sono entità politiche soggette al bilancio dello stato che è un bilancio annuale, è evidente che non ci può essere certezza nei finanziamenti, perché ogni anno il bilancio viene approvato nella forma dal parlamento e quindi noi non avremo la certezza di un finanziamento. Il che ci porta però anche a fare una riflessione: cioè, che questa materia così importante, così strategica - se veramente consideriamo l'insegnamento della lingua italiana, la promozione della cultura italiana come parte della valorizzazione di quello che si chiama il sistema paese - dovrebbe essere affidata ad un ente autonomo, con autonomia di bilancio così come avviene per il Goethe Institut, il Cervantes, il British Council... che possa operare in maniera che non è sensibile perché si sa che per tre anni il bilancio è quello. Ed è quello che ha portato giustamente il ministro dei beni culturali Franceschini ad operare la riforma dei musei per cui il direttore degli uffici ha detto: "io finalmente ho l'autonomia di bilancio e finalmente posso sapere che cosa fare tra due anni perché finalmente non sono soggetto a oscillazioni". Quindi se non c'è questo passo non facciamoci illusioni perché il migliore dirigente ministeriale non può fare niente perché è soggetto alla legge dello stato che è quella di dire che il bilancio viene approvato ogni anno. Quindi non facciamoci illusioni, c'è un problema di fondo.

La terza questione, che è quella più delicata: ma, allora, è verissimo, noi non possiamo fare promozione dell'italiano, non facciamo breccia nella mente e nel cuore, non riusciamo a promuovere questa lingua. Ho usato prima un linguaggio brutalmente commerciale, non perché sia un simpatizzante di chi

dice che bisogna promuovere la cultura come l'economia, è una provocazione radicale di chi si sente invece un umanista e un filologo e non un venditore di saponette. Però, dico, accettiamo le leggi della scienza, e che se vogliamo promuovere questo bene fondamentale relazionale della lingua e farlo nei termini c'è una sola strada, quella di far capire la sua importanza come bene relazionale che significa legarlo a modelli e stili di vita. E' superata l'idea dell'Italia come paese della formazione della cultura? Su che cosa vogliamo spingere le nostre risorse, quale idea abbiamo? Questa è una cosa su cui dobbiamo confrontarci, io una risposta non ce l'ho però mi ha colpito la domanda... la risposta che veniva fuori dal questionario, in cui c'era voglia di vita. Può essere questo uno slogan per l'italiano nel XXI secolo? Forse sì, cioè l'italiano è voglia di vita. Se io vedessi questa cosa messa come slogan su un manifesto pubblicitario, magari con le lumache, non lo so, ma mi colpirebbe, perché è una cosa che ha più effetto di tanti altri messaggi, messaggi semplicissimi, perché il marketing è questo, semplificazione del messaggio. Non prendiamoci in giro, sono queste le formule vincenti, fare una campagna coordinata significa promuovere determinati obiettivi e puntare su delle parole. Allora questo secondo me è quello che bisogna inventarsi insieme, facendo leva su quelle che sono le nostre risorse. Gli italo-tedeschi sono una risorsa? Magnifico, benissimo, facciamone tesoro perché sono loro che portano questa italianità nel mondo e in Germania. Sono loro che questa voglia di vita la comunicano perché hanno cambiato la società tedesca. Facciamo capire ai tedeschi come gli italo-tedeschi abbiano cambiato il loro modo di vita, il loro stile e che se oggi tutti quanti vogliono il cappuccino e dicono il cappuccino anche alle 4, alle 7 del pomeriggio è perché ci sono gli italo-tedeschi che hanno fatto capire quanto è bello, e quanto è, diciamo, importante, uno stile di vita diverso.

Dott.ssa
Pasqualini

Solo un'osservazione. L'Italia è un paese molto complesso, difficile da spiegare, l'agenzia dipende da chi ci metti. Cioè tu al ministero c'hai una garanzia di imparzialità, mettiamola così. Sulla certezza dei fondi è vero, però non è che, voglio dire, io lo so di anno in anno, cioè c'è una programmazione triennale, il problema è che i fondi sono pochi e sparpagliati con varie competenze, quindi vanno sicuramente razionalizzati e spesi bene. L'agenzia... sull'agenzia c'ho qualche perplessità perché se fosse fatta dal Goethe Institut nessun problema, ma siccome noi non siamo tedeschi ma siamo italiani, allora lo stato serve per quello, i funzionari dello stato servono per quel motivo, che vengono selezionati con un concorso pubblico, l'igiene... le agenzie non sono così. Noi non siamo né tedeschi né spagnoli.

Poi si può tornare sui fondi perché ho esperienza a Rosario, in Argentina, di marketing dell'italiano che coinvolge come finanziatori le aziende italiane in loco. Quindi con tutto quello che c'è di italiano qui potrebbe non essere difficile. Il grosso problema, mi si faceva notare stamattina, è che non c'è un politico italiano, non c'è una politica fatta da italiani che si mettano in politica in quanto italiani. Cuomo-padre, Cuomo-figlio, Cuomo-moglie, Ferrario... Se non si riesce a dar voce all'elefante, qualcuno parlava dell'elefante italiano che c'è qui, attraverso anche una struttura di partecipazione al governo delle regioni, al governo centrale, al governo dei comuni, in quanto italiani o italo-tedeschi, diventa più difficile.

Prof. Balboni

Volevo fare un'osservazione rispetto a un punto in particolare, poi sono d'accordo a trovare una misura e le forme giuste per la promozione dell'italiano e delle strutture che garantiscano continuità di questi interventi, e garantiscano una strategia ben definita e comune, senza dopploni o triploni. Sono convintissima che bisogna dare coscienza agli italo-tedeschi, sono altrettanto però convinta che noi siamo all'interno di una società ospite che dall'altra parte deve avere corrispondenza rispetto a queste nostre richieste d'esigenza. Corrispondenza, intendo dire: la società tedesca è pronta, è già dotata e fortemente indirizzata al plurilinguismo e alla multiculturalità? A valorizzare il fatto che ci siano persone bilingui naturalmente? Come, con quali strumenti di accoglienza e valorizzazione di questo plurilinguismo? Si devono dotare anche loro di strumentazioni anche giuridiche all'interno delle scuole. A me viene in mente... si parlava di CLIL, ma nei licei tedeschi il CLIL è previsto? Si può fare? Come? E poi, perché non si fa un censimento degli insegnanti tedeschi che sono bilingui, italiani per esempio, e si parte con un progetto su questo, di insegnamento. Ci saranno insegnanti in matematica che poi sono anche di origine italiana e parlano italiano, magari dovrebbero essere formati proprio per la metodologia CLIL. Quindi l'attenzione contemporaneamente alla lingua e alla materia, però ci dev'essere una corrispondenza anche degli strumenti giuridici. Non ci vogliono soldi perché la gente c'è, la comunità c'è, gli insegnanti di origine italiana ci sono; quindi sfruttiamo queste possibilità e diamoci degli strumenti, ma anche la società accogliente ce li deve dare, queste vie ce le deve un po' anche in qualche modo garantire, favorire.

Dott.ssa Capilupi

Esperienze tipo CLIL non solo non richiedono fondi, ma la formazione è già fatta online da un pool di università ed è sul sito del MIUR, quindi è disponibile per tutti. Esistono le possibilità di quelle relazioni tra scuole italiane e scuole tedesche perché in Italia tutti i licei linguistici sono obbligati a fare in tre anni un anno di una disciplina - di solito inglese - in terza, un anno in francese un'altra disciplina, un anno il tedesco un'altra disciplina, quindi ci sono

Prof. Balboni

migliaia di studenti italiani di 18 anni che stanno facendo CLIL in tedesco. Si può tranquillamente fare a quel punto progetti Comenius di scambio con studenti tedeschi che stiano facendo CLIL in italiano. Costo zero. Quindi ancora una volta è un problema di coordinamento delle informazioni, poi fare intervenire un po' di...

Dott.ssa Capilupi Anche scambi di insegnanti, anche a moduli, perché il CLIL si fa anche a moduli, si può fare un mese intenso di matematica in tedesco in Italia e il professore di matematica italiano viene qui nel liceo corrispondente a fare un mese di matematica in italiano. Insomma, le cose che noi in piccolo nell'Alto Adige facciamo. Ci sono, in Alto Adige, scuole in lingua italiana e tedesca, ognuno di noi ha la lingua dell'altro come seconda lingua e ci sono dei progetti molto innovativi di scambio di insegnanti, di insegnamento CLIL in tedesco come anche nelle altre lingue.

Intervento dal pubblico Dottoressa Pasqualini so che lei ha pochi soldi a disposizione, ma questi pochi che ci dà, anche se sono 5000 euro che abbiamo preso qui in Baviera l'anno scorso, 7000 di due anni fa' ci aiutano a dare un corso, due corsi, tre corsi in più. Sulla base di questi moduli che compiliamo pare che poi il terzo anno viene bloccato il finanziamento e questo può essere un problema, soprattutto le piccole realtà.

Dott.ssa Pasqualini Quei fondi nascono per dare un incentivo a far nascere la cattedra, lì è stato anche un po'... quando uno non interpreta bene la norma... dev'essere un incentivo anche a crescere, allora dove si è cresciuto bene, uno può anche valutare in base a dei dati, ma ci sono università che ce l'hanno da 10 anni e diminuiscono... non parlo della Germania. Allora uno si chiede... cioè, io vi do i soldi, nel corso degli anni siete anche diminuiti, cioè facciamo una riflessione su quel paese e cerchiamo appunto di focalizzarci su una o due università dove fare italiano. Non è il caso della Germania, sto parlando di un paese in cui evidentemente l'italiano non può essere diffuso ovunque, allora devi concentrarti. E' un discorso che qualcuno aveva fatto prima, cioè, vanno fatte delle analisi, capito, perché avere magari due facoltà di italiano a distanza anche di pochi km, ci possiamo permettere questo? O forse dobbiamo ripensare anche... questo lo dico per voi ma questa deve essere un'analisi fatta dal centro, da chi vede, si interessa, studia, ne parla con voi e vede. Perché a quel punto uno garantisce la continuità, la crescita, cioè il numero di studenti, ma io non credo che noi abbiamo più... non abbiamo materialmente i fondi per far crescere tutti allo stesso modo, quindi vanno ripensate le strategie appunto partendo innanzitutto dalla scuola dell'infanzia, cioè io su questo credo tantissimo, in un paese come la Germania il bilinguismo dev'essere proprio all'ordine del giorno e quello poi va a ripercuotersi sull'università. A quel punto diventa tutto anche

molto più semplice, individuare in quale Land, quale facoltà rafforzare. E' tutto molto estremamente legato, cioè il messaggio è... non è soltanto una questione che i fondi sono pochi, ma che la società è cambiata, le esigenze sono cambiate, e che è importante riflettere per spenderli bene questi soldi. Questo è fondamentale.

La Dottoressa Pasqualini non lo sa ma aveva risposto a una domanda che era: bisogna fare un'indagine su cosa si fa con i soldi e che risultati dà. Quindi, questa è telepatia. [ride].

Prof. Balboni

Se posso riferirmi velocemente a quello che diceva lei, una cosa che a me è mancata negli ultimi anni da quando sono qua è proprio questa strategia: io stato italiano ho pochi soldi, vengo a darli a te come istituzione e che cosa ti chiedo in cambio? Io ho l'impressione che spesso ci facciamo dei regali, ma noi da decenni finanziamo dottorati e poi non chiediamo niente in cambio.

Intervento dal pubblico

Sono assolutamente d'accordo, io ci sto però da un anno, quindi ho rifatto i formulari chiedendolo. Quello sta a noi, ognuno fa poi la differenza, ha assolutamente ragione, sono d'accordo.

Dott.ssa Pasqualini

In merito a questo punto vorrei fare un suggerimento. Io sono stata per molti anni nell'ufficio ministeriale e per farvi una breve storia di come oggi sono presenti i dottorati nelle università tedesche, sono stati aperti questi dottorati in base a una legge - la 604 nell'82 - che rendeva possibile per le persone che avevano determinate prerogative, che prestavano servizio presso alcune università, di entrare in ruolo all'estero. I dottorati sono rimasti anche dopo che gli aventi diritto erano andati in pensione presso quelle università. Non è mai stata una riflessione sull'effettiva necessità di continuare a tempo indeterminato a mantenere i dottorati in quelle università. Secondo me si potrebbe cambiare un po' la prospettiva: per esempio dire, benissimo, vi lasciamo il dottorato per 6 anni rinnovabili per altri 6, se però i risultati... l'università si impegna poi a finanziare in proprio un procedimento di continuazione e concentrare le forze su quelle università dove l'italianistica raggiunge un'eccellenza. Secondo me questo darebbe anche la possibilità di formare dei docenti di italiano anche molto molto preparati in quanto studiano in un'università che ha veramente da offrire un'eccellenza. Il secondo spunto di riflessione dipende dal fatto che ultimamente il processo di Bologna ha portato secondo me dei danni nel sistema universitario, in quanto se noi non abbiamo studenti che abbiano già studiato l'italiano a scuola è impossibile di fatto formare degli studenti che possano diventare italianisti. In 5 anni con il master ci si può arrivare, ma i numeri del master sono talmente esigui che alla fine poi questi pochi italianisti rimasti non fanno nulla. Per cui naturalmente bisognerebbe puntare tutto anche sul potenziamento forte della presenza dell'italiano a

Intervento dal pubblico

scuola, cioè creare un circolo virtuoso che faccia leva su questi punti che secondo me... cioè, non ci può essere una funzione capillare. L'italiano non è l'inglese, dobbiamo renderci conto di questa circostanza per cui concentrare le eccellenze in determinate università dove già l'italiano è molto forte e che possono essere anche distribuiti in vari Bundesländer. E naturalmente poi concentrare l'intervento italiano sulle università disponibili, ma con l'aiuto iniziale del ministero che mette a disposizione dei lettori potenziare poi la presenza dell'italiano. Questi vorrebbero essere dei suggerimenti utili a migliorare la situazione.

Dott.ssa
Pasqualini

Mi trova assolutamente d'accordo però l'ufficio dei lettori è un altro ufficio, questo è il problema. No, va beh, però ci proviamo, ecco il progetto dei laureati nasce un po' anche per questo insomma, molte cose non si possono cambiare dall'oggi al domani, sono tanti fattori che tendono al non mutamento, allora vanno fatti gradualmente. La visione è quella lì indubbiamente. L'approccio, la strategia che intendiamo adottare è quella. Prima o poi ci arriveremo, i laureati che inviamo in queste nuove facoltà che non sono appunto quelle europee, sono altri paesi, sono laureati specializzati con dottorato, ecco, avranno il contributo iniziale ma l'obiettivo è dire all'università: sì, però dopo te li prendi tu, io ti posso finanziare all'inizio, poi l'obiettivo è estendersi il più possibile, mantenere sicuramente la presenza dove non siamo forti perché è importante, però diffondere il più possibile. Poi se arrivano più soldi ben venga, insomma, nel frattempo facciamo i conti con quello che abbiamo.

Domanda da
Twitter

Situazione italiana per esempio nelle Realschulen: non si potrebbe potenziare la nostra presenza in questo tipo di scuola? Si potrebbe forse andare in contro alle esigenze e interessi della comunità italiana che non manda i figli al liceo?

Prof. Balboni

Prima si parlava di interessi comuni tra ministeri. Lo stato tedesco avrebbe effettivamente un forte interesse facilmente riconoscibile nelle Realschulen italiane, cioè negli istituti turistici che sono molto diffusi in Italia. A Venezia arriva al corso M, a Mestre al corso H, a Jesolo al corso H, quindi sono decine dove il tedesco sta sparendo a favore del russo, c'è una richiesta di russo molto forte. In questo caso il sostegno all'insegnamento del tedesco nelle scuole, negli istituti turistici potrebbe convincere il governo tedesco ad aprire all'italiano negli istituti turistici in Germania. Quindi guardando le cose poi ci sono i momenti di interazione possibile.

Io intanto mi permetto 4 punti che ho raccolto, poi eventualmente se c'è ancora... la parola che li coordina tutti è coordinamento. Su 4 livelli in 4 ambiti. Il primo è un coordinamento della promozione, non sul piano organizzativo della promozione, poi ognuno ha i suoi

canali. Ma di quale immagine, di quale slogan utilizzare in un certo periodo storico, quindi per 1-2-3 anni, poi modificandolo e così via. Negli USA è stato prima Italian is cool, e poi Italian is sexy. Con tutto quello che di idee possono venirci dietro. Allora, una forma di coordinamento: io non farò la domanda “chi può farla?” perché non conosco la realtà tedesca, qua siamo ospiti di un’associazione di insegnanti di italiano in Germania, forse da quell’associazione può provenire la proposta a tutti.

Coordinamento dell’informazione alle famiglie italiane prima ancora che al mondo tedesco.

Coordinamento nella formazione dei docenti perché non ci sia la formazione fatta dall’istituto, fatta dalla direzione, fatta dall’università, fatta dall’ADI, fatta dalla nonna... ma anche nell’informazione. Io qua guardo santo Enrico Serena, che è santo e meritorio per quello che fa per l’informazione degli insegnanti. C’è una quantità di materiale scientifico in autoformazione, didattico, gratuito in certi centri italiani di ricerca che è mostruoso. Quest’anno la serata della prima sera del festival di Sanremo chi voleva aveva già le didattizzazioni, che si può dire allo studente: “vai sul sito, scaricatelolo”. E c’era tutta la serie di attività didattiche, dalla comprensione all’analisi paraletteraria di quei testi disponibile gratis. Ma se non si sa, se non c’è un coordinamento informativo sono materiali inutili. Prima si parlava di CLIL, esiste una rivista “i quaderni della ricerca” che ha dedicato 2 numeri all’uso dell’italiano nell’insegnamento anche della storia, geografia, arte, critica letteraria e linguistica italiana, vulgo grammatica, ma ci sono anche tutti i materiali disponibili per farlo in storia, geografia. Sono blocchetti di tre ore per poterlo fare, cioè c’è tutto ed è tutto gratis. Manca l’informazione, quindi serve qualcuno che da un lato coordini la formazione degli insegnanti: se un insegnante non è formato, nel momento in cui va a scaricarsi i materiali non capisce perché son fatti in un certo modo. Di origine tedesca, visto che tutti quanti sono gestaltici, esercizi di globalità, esercizi di analisi, di riflessione e di sintesi. Ma se uno non lo sa, non capisce.

Ultimo, quindi, coordinare la promozione scegliendo il punto chiave che può far breccia, coordinare l’informazione alle famiglie italiane, all’elefante, e poi anche ai tedeschi, coordinare la formazione e l’informazione agli insegnanti. Ultimo, coordinare la rete di istituzioni italiane in Germania, compresenti spesso nella stessa città; ma coordinarle non per gusto di dire: “andiamo poi a bere qualcosa insieme o facciamo un’esperienza insieme”, ma coordinarla con due, in modo che il coordinamento abbia due interlocutori in mente, due implied readers, due destinatari impliciti: le autorità tedesche centrali e dei vari Länder e le autorità italiane, centrali e delle varie regioni. Cioè un coordinamento che non sia fatto per

coordinarsi ma per interagire con i due livelli che sono detentori di potere economico “ti do i soldi, non ti do il soldi” e di potere normativo “ti lascio fare o non ti lascio fare questa cosa”. Quello che mi pareva sintetizzare erano questi 4 punti, se ce ne sono altri...

Intervento dal
pubblico

A proposito dell'immagine Italia in Germania, quest'immagine... vogliamo cercare di riproporre quest'immagine, di migliorarla oppure di renderla attraente... io vorrei mettere in guardia rispetto al rischio di finire nello stereotipo di nuovo, cioè quello stereotipo che secondo me è andato in crisi ed è quello che ha reso l'italiano sempre meno attrattivo negli ultimi anni, perché questo italiano-pizza, italiano-spaghetti, italiano-dolce vita è, secondo me - è la mia impressione volevo solo metterla a confronto -, è secondo me proprio quel modello che sta soffrendo in questa Germania. D'altra parte, volevo far notare, c'è un modello italiano che viene distribuito nella stampa tedesca, un modello negativo e la scarsa attenzione dei nostri consolati rispetto a certe notizie che spesso circolano e che sono false. Io vi porto un esempio, è apparso sul Suddeutsche Zeitung circa 2-3 mesi fa, una foto di Roma che era stata devastata dagli Hooligans olandesi con un sottotitolo rispetto a questa immagine che non c'entrava proprio niente; diceva “Roma mafia capitale”, questa cosa era veramente uno scandalo. In realtà questa foto non c'entrava niente con il tema. Io personalmente ho scritto alla Suddeutsche Zeitung protestando. In questo caso secondo me si tratta di vedere quale immagine circola in Germania che rende l'Italia meno attraente.

Italiano in Germania: ci vuole più coordinamento

Comunicato stampa dell'ADI e.V.

L'8 aprile 2016 si sono tenuti a Monaco di Baviera, alla Ludwig-Maximilians-Universität (LMU), gli Stati Generali della Lingua Italiana in Germania, organizzati dall'Associazione dei Docenti d'Italiano (ADI e.V.) e dalla LMU in cooperazione con il Consolato Generale e l'Istituto Italiano di Cultura di Monaco. La manifestazione ha avuto il patrocinio dell'Ambasciata d'Italia di Berlino.

Davanti ad un folto ed interessato pubblico sono intervenuti rappresentanti delle principali istituzioni italiane e tedesche: Fausto Panebianco (Ambasciata d'Italia), Lucia Pasqualini (MAECI), Thomas Krefeld (LMU), Antonio Bentivoglio (Adam-Kraft-Gymnasium, Schwabach), Paola Cesaroni (Friedrich-Alexander-Universität, Erlangen-Nürnberg), Maria Concetta Capilupi (Ufficio Scuole Consolato di Monaco), Luigi Reitani (Istituto Italiano di Cultura, Berlino), Anna Maria Arrighetti (Volkshochschule, Hanau).

Gli interventi hanno confermato che l'italiano in Germania è una lingua ancora richiesta, ma che mostra evidenti segni di debolezza nel far fronte ad un mercato sempre più complesso e veloce, tanto che molte istituzioni di importanza vitale come le scuole registrano da un po' di tempo un trend negativo.

La discussione finale, moderata dal prof. Paolo Balboni (Università di Venezia), ha evidenziato la necessità di un coordinamento più efficace e sistematico quale strumento decisivo per rilanciare la lingua italiana: coordinamento tra il governo italiano e le istituzioni federali tedesche, coordinamento tra le istituzioni italiane che operano in Germania, coordinamento tra scuola e università, coordinamento con la comunità italo-tedesca, grande risorsa potenziale finora non adeguatamente coinvolta.

Gli Stati Generali hanno fornito anche l'occasione per presentare i primi risultati di "10 parole per l'italiano", un'indagine condotta fra gli studenti universitari di italiano in Germania per scoprire quali

termini questo pubblico associa all'idea dell'Italia. Le parole più gettonate hanno confermato un'idea piuttosto stereotipata (pizza, mare, pasta, amore, sole) del nostro Paese su cui, come più volte espresso durante il convegno, bisogna riflettere proprio in relazione alle azioni di rilancio dell'italiano.

L'ADI e.V. auspica che la comune volontà emersa dalla manifestazione di promuovere la lingua italiana e di rilanciare l'immagine dell'Italia si concretizzi al più presto e saluta favorevolmente la disponibilità dell'Ambasciata all'organizzazione di regolari incontri per monitorare la situazione dell'italiano in area tedesca e l'efficacia delle azioni di promozione intraprese.

Da Monaco a Firenze

Comunicato stampa dell'ADI e.V.

Si sono da poco conclusi a Firenze i secondi Stati Generali della lingua Italiana nel Mondo (SGLI) e come Associazione dei Docenti di Italiano in Germania (ADI) vorremmo fare un bilancio del lavoro svolto, analizzandolo dalla prospettiva di un'istituzione che si trova ad operare sul campo, nel paese che detiene il primato assoluto dei corsi di italiano all'estero.

È sicuramente molto positiva la risonanza che il viceministro degli Esteri Mario Giro e i suoi collaboratori, tra cui in primo luogo il consigliere Lucia Pasqualini, sono riusciti a creare attorno all'evento: nella due giorni fiorentina si sono avvicendati sul palco il Presidente della Repubblica, il Presidente del Consiglio, la Presidente della Rai, ministri ed esponenti di primo piano dell'accademia, della cultura italiana e del made in Italy. È la prima volta che viene rivolta una tale attenzione pubblica alla proiezione dell'immagine italiana e alle politiche culturali per la diffusione della lingua italiana all'estero, tema che l'Italia ha colpevolmente trascurato per troppo tempo ed è necessario che noi addetti ai lavori ci diamo subito da fare per sfruttare la sensibilità che sembra esserci a tutti i livelli delle istituzioni.

L'attenzione delle istituzioni

Queste manifestazioni hanno anche uno scopo promozionale e in questa ottica devono essere visti a nostro avviso i proclami sulla quarta lingua più studiata al mondo. Riteniamo però importante anche ribadire che i numeri presentati non possono che avere valore indicativo: non esistono sondaggi scientifici né basi di dati empirici su cui poter costruire classifiche di questo tipo. Non esistono per l'italiano e con tutta probabilità neppure per le altre lingue. La semplificazione giornalistica di questi dati a cui abbiamo assistito in occasione degli Stati Generali non deve ingannare sul fatto che in realtà la strada da percorrere per recuperare il ritardo rispetto alle altre lingue è ancora molto lunga.

I dati

Sulla scia dei primi Stati Generali del 2014 sono stati presi negli ultimi anni provvedimenti e iniziative importanti, tra cui finalmente la creazione della classe di abilitazione all'insegnamento per l'italiano

Cosa è già stato fatto

come lingua seconda, l'istituzione di un Ente per il coordinamento delle certificazioni di italiano (CLIQ) e il lancio di un portale telematico presentato proprio in occasione della manifestazione di Firenze appena conclusa. Il viceministro Giro ha anche parlato di una ristrutturazione della legislazione che regola la materia dell'insegnamento dell'italiano all'estero (vecchia di decenni), senza però specificarne i dettagli.

Valutazione critica Queste e tante altre iniziative simili non devono tuttavia diventare espressione materiale di un semplice attivismo: perché possano veramente portare frutto è necessario che esse siano integrate in un progetto chiaro, omogeneo e di lungo respiro. In molti interventi dei partecipanti è stata infatti evidenziata l'esigenza di rendere sempre più forte il ruolo della lingua nella visione generale del paese all'estero e la necessità di una progettualità sinergica di medio e lungo termine tra tutti gli attori: solo così sarà possibile selezionare e orientare gli strumenti e le strutture di intervento.

Sono anche emersi bisogni talora molto diversi nelle differenti aree geografiche, a cui bisogna venire incontro con interventi mirati e differenziati. L'italiano viene promosso dalle istituzioni italiane soprattutto come lingua di migrazione e da quelle estere come lingua di cultura, senza forme di sinergia istituzionale che aiuterebbero la diffusione e la sostenibilità dei corsi di lingua italiana all'estero. Dal nostro punto di vista è necessario un passo concreto per superare la visione dell'italiano come lingua per i figli di migranti, al fine di arrivare ad un'offerta di italiano come lingua di mercato, aperta a tutti i possibili interessati.

A tal fine è indispensabile una riorganizzazione che preveda anche una rappresentanza per le realtà che sono esterne alla rete diplomatica italiana e non legate al Ministero degli Esteri; realtà che sono fortemente radicate sul territorio estero, inserite strutturalmente nelle società in cui operano. Supponendo che i dati del Ministero per la Germania siano corretti, infatti, abbiamo al momento attuale, da parte italiana, una politica di promozione culturale affidata a chi gestisce il 5% dei corsisti. È evidente che includere i soggetti che rappresentano il restante 95% non può che rafforzare questo lavoro di promozione. Inoltre un maggiore radicamento sul territorio permetterebbe di predisporre e sviluppare strumenti più aderenti alle specificità del territorio stesso e così di ottimizzare le risorse.

Anche gli importanti sforzi del Ministero per la formazione del personale docente vanno coniugati secondo questi principi: i bisogni del mercato tedesco sono diversi da quelli dei mercati emergenti e ricette generali rischiano di consolidare solo un

sistema che distribuisce fondi a pioggia senza riuscire a incidere sulla qualità.

Un discorso analogo riguarda il portale, la cui creazione sicuramente rappresenta un lodevole primo passo, ma che deve ora riuscire a rilevare e a strutturare i dati e le informazioni in modo tale da diventare per tutti i visitatori delle varie aree geografiche uno strumento utile, esaustivo, differenziato e sempre aggiornato.

Come ADI siamo disposti a continuare a lavorare insieme a tutti i soggetti coinvolti per dare forma concreta alle buone intenzioni uscite da Firenze e contemporaneamente ci auguriamo di continuare ad avere nel Ministero degli Esteri e nelle autorità diplomatiche qui presenti interlocutori interessati e disposti ad un lavoro tanto ambizioso quanto necessario.

A grayscale photograph of a group of people sitting around a long table in a meeting room. There are six people visible, three men and three women, all dressed in business attire. They appear to be engaged in a discussion or listening to a speaker. In the background, there is a large whiteboard. The overall scene is professional and collaborative.

Gli SGLIG nei Media

Stato dell'insegnamento dell'italiano nel mondo

L'altraitalia

(12 aprile 2016)

Con 309.680 studenti, la Germania è il Paese che ha più allievi di italiano nel mondo. Al secondo posto c'è l'Australia, con 207.921 studenti mentre in terza posizione ci sono gli Stati Uniti, che ne ha 142.970. A stilare la classifica è il rapporto "Stato dell'insegnamento dell'italiano nel mondo", presentato a Firenze il 20 ottobre scorso durante il convegno "Riparliamone: la lingua ha valore", promosso dalla Farnesina.

Non è un caso dunque che, dopo Firenze, gli Stati Generali della Lingua Italiana nel Mondoguardino a Monaco di Baviera per approfondire le strategie di diffusione dell'italiano all'estero.

:l'altraitalia

Ospitati nel 2014 a Firenze per iniziativa del Ministero degli Affari Esteri ed in collaborazione con il Miur e il Mibact, gli Stati Generali della Lingua Italiana nel Mondo si spostano quindi in Germania, per fare il punto si fa il punto sulle nuove sfide da affrontare.

Sulla scia del lavoro iniziato dalla Farnesina due anni fa e puntando i riflettori sulla potenzialità della "dolce lingua", l'Istituto di Italianistica dell'Università Ludwig Maximilian di Monaco, in collaborazione con l'Associazione Docenti d'Italiano in Germania, l'Istituto Italiano di Cultura e il Consolato Generale d'Italia a Monaco di Baviera, ha organizzato gli "Stati Generali dell'Italiano in Germania".

La giornata di studio si terrà venerdì 8 aprile all'Università Ludwig Maximilian e punterà a conoscere le realtà impegnate nella diffusione dell'italiano, a capire il potenziale della nostra lingua sul mercato tedesco e a chiarire le prospettive e le possibili sinergie interistituzionali per l'insegnamento dell'italiano in Germania.

I lavori si divideranno in diversi panel volti ad approfondire la situazione dell'italiano nei dipartimenti di Lingua e Letteratura italiana, nei centri linguistici interfacoltà, nei corsi organizzati dai consolati e dagli enti gestori, negli Istituti di cultura e nelle Società Dante Alighieri.

Ad aprire la giornata, alle ore 9.00, saranno i saluti istituzionali dell'ambasciatore d'Italia, Pietro Benassi, di Barbara Conradt, vicepresidente dell'Università LMU, Florian Mehlretter dell'Istituto d'Italianistica LMU e Livia Novi, presidente ADI.

Seguiranno le relazioni di Lucia Pasqualini dell'Ufficio per la Promozione della Lingua Italiana della Farnesina su "Gli Stati Generali dell'Italiano: da Firenze a Monaco" e Thomas Krefeld dell'Istituto di Italianistica LMU su "La situazione dell'italiano nei dipartimenti di Lingua e Letteratura Italiana".

Documenti

Dopo la presentazione il progetto “10 parole per l’italiano” a cura di Tatiana Bisanti, Andrea Palermo e Sergio Lubello dell’Università di Salerno, le successive relazioni saranno affidate a: Paola Cesaroni dello Sprachenzentrum der Friedrich-Alexander-Universität di Erlangen su “La situazione dell’italiano nei centri linguistici interfacoltà”; Antonio Bentivoglio dell’Adam-Kraft-Gymnasium di Schwabach su “La situazione dell’italiano nelle scuole di primo e secondo grado”; Maria Concetta Capilupi, dirigente scolastico della Circostrizione di Monaco, su “La situazione dell’italiano nei corsi organizzati dai consolati e dagli enti gestori”.

I lavori riprenderanno nel pomeriggio con altri due approfondimenti: “La situazione dell’italiano negli Istituti Italiani di Cultura” a cura del direttore dell’IIC di Berlino, Luigi Reitani, e “La situazione dell’italiano nelle VHS” a cura di Anna Maria Arrighetti della Volkshochschule Hanau.

Alla discussione in plenum dei relatori, introdotti e moderati da Paolo E. Balboni dell’Università Ca’ Foscari di Venezia, seguirà la chiusura lavori.

L’ingresso libero all’evento sarà libero, previa iscrizione obbligatoria al sito www.adi-germania.org.

10 parole per l'italiano

Corriere d'Italia

di Gherardo Ugolini

Monaco - L'italiano in Germania è vivo, ma arranca. Per rilanciarlo ci vorrebbero un maggiore coordinamento tra le parti interessate e nuove strategie di marketing. Stati generali della lingua italiana in Germania. i risultati del convegno di Monaco

Se chiedessimo a dei ragazzi tedeschi di vent'anni, studenti universitari di oggi, nati dopo la caduta del Muro di Berlino, quali sono le parole che associano di primo acchito all'Italia, quali pensate che sarebbero le risposte? Non sarà per caso ancora la tradizionale e obsoleta catena lessicale composta da "pizza-mafia-mandolino-spaghetti-mare-sole" a incorniciare la concezione del Belpaese nell'immaginario delle giovani generazioni? Sono passati gli anni, anzi i decenni e quei cliché ce li siamo lasciati alle spalle da un pezzo, verrebbe da pensare. Ebbene, non è così. Alcuni ricercatori delle università di Erlangen, Saarbrücken e Osnabrück hanno svolto una ricerca distribuendo questionari a centinaia di studenti universitari tedeschi e chiedendo loro di indicare in forma anonima i dieci termini che associano all'Italia. Il risultato dell'indagine "10 parole per l'italiano" lasciano sgomenti. Solo il mandolino non compare nella lista risultando evidentemente uno strumento musicale obsoleto. Ma per il resto le parole più gettonate sono quelle di sempre, quelle dei più triti stereotipi, quelle stesse che avrebbero indicato i loro genitori e i loro nonni: pizza, mare, pasta, amore, sole etc. C'è poco da fare: ancora nel 2016, anche per la generazione del dopo Muro, l'Italia continua ad essere percepita come un paese delle vacanze, dove si mangia bene e ci si diverte. I luoghi comuni sono duri a morire, si sa, e l'immagine dell'Italia in Germania proprio non riesce a rinnovarsi.

Ma cosa c'entra tutto questo con il tema della diffusione e promozione della lingua italiana? C'entra eccome, anzi è forse questo il cuore del problema. Se n'è parlato diffusamente lo scorso 8 aprile a Monaco, in un'affollata aula della Ludwig-Maximilians-Universität che ha ospitato gli Stati Generali della Lingua Italiana in Germania. La manifestazione è stata promossa e organizzata dall'Associazione dei Docenti d'Italiano (Adi) in collaborazione con altri enti (Consolato Generale di Monaco, Istituto italiano di cultura di Monaco, Istituto di Italianistica della Lmu) e con il patrocinio dell'Ambasciata d'Italia che era presente nella persona del consigliere Fausto Panebianco.

Tutti gli interventi hanno messo in luce un dato di fondo, un elemento che potremmo considerare il minimo comun denominatore e che potremmo riassumere in questo modo: la lingua italiana in Germania è una presenza forte, ben radicata e richiesta, ancora capace di suscitare simpatia e attrazione, ma il suo stato di salute complessivo è tutt'altro che ottimale. Ci sono segni di debolezza, difficoltà a reggere la concorrenza nell'ambito del cosiddetto "mercato globale delle lingue". L'immagine dell'Italia è statica e stereotipata, come si diceva, e pochi in Germania percepiscono l'utilità di imparare la lingua italiana per esigenze che non siano strettamente correlate al mondo dell'arte e della musica.

Certo, l'italiano è tuttora diffusamente studiato in molte istituzioni: nelle scuole pubbliche, nelle Volkshochschulen, nei corsi offerti dalla Società Dante Alighieri, dagli Istituti italiani di

Documenti

cultura, negli istituti universitari di filologia romanza, e nei centri linguistici interfacoltà di molti atenei. I numeri di quanti s'interessano all'italiano sono in linea generale ancora abbastanza buoni, ma quello che preoccupa sono le linee di tendenza. A livello scolastico, per esempio, si registra da anni una costante diminuzione degli iscritti (al momento sono circa 50mila), dovuta a vari fattori, tra cui il generale calo demografico, la sciagurata decisione di alcuni Länder di sospendere i corsi di lingua e cultura italiana, ed anche la scarsa capacità di pressione della comunità italiana in Germania.

A livello universitario, come illustrato analiticamente dal prof. Thomas Krefeld, la situazione è ambivalente: in quasi tutte le università tedesche è possibile studiare italianistica, ma il numero degli studenti crolla vistosamente nei corsi di laurea di livello magistrale e dottorale. Rispetto al passato sono sempre meno quelli che si laureano in letteratura o in linguistica italiana, mentre attraggono di più i centri linguistici interfacoltà (ne ha parlato Paola Cesaroni dell'ateneo di Erlangen), dove confluiscono studenti universitari di varie discipline accademiche.

Che fare dunque per favorire una ripresa dell'italiano in Germania? Come far passare il messaggio che la lingua italiana non è solo lingua di cultura utile per l'arte e la musica, ma anche lingua di comunicazione globale? È il caso o non è il



caso, per esempio, di mettere in campo accurate strategie di marketing che servano a "vendere" meglio il prodotto lingua italiana sul mercato tedesco magari individuando uno o più slogan di sicuro effetto, come suggerito provocatoriamente dal prof. Reitani (direttore dell'IIC di Berlino)? Vale la pena puntare su un video in cui importanti personaggi della società tedesca spiegano l'importanza dell'italiano per la loro carriera professionale, come proposto dal consigliere d'ambasciata Panebianco? Sono tutte ottime idee, ma a monte c'è pur sempre la necessità di reperire le risorse economiche per sostenere e potenziare la diffusione dell'italiano. Dove trovare queste risorse in una fase storica in cui si tende a risparmiare in ogni campo e soprattutto in quello linguistico-culturale? Sono domande lanciate dalla tribuna di Monaco, ma per lo più rimaste senza risposta. Insomma, la situazione dell'italiano in Germania non è gravissima, ma sarebbe un errore macroscopico sottovalutare le attuali difficoltà e proceder come se tutto andasse a gonfie vele. Nel tirare le fila del convegno il prof. Paolo Balboni dell'università Ca' Foscari di Venezia ha centrato il punto cruciale. A suo modo di vedere se si vuole affrontare immediatamente e concretamente la questione, sarebbe necessario innanzi tutto un maggior coordinamento tra le parti interessate: tra il governo italiano e le istituzioni federali tedesche, tra le istituzioni italiane che operano in Germania, tra istituti scolastici e universitari, tra le rappresentanze della comunità italo-tedesca, una grande risorsa potenziale finora non adeguatamente coinvolta. Affinché l'appello del professor Balboni non cada nel vuoto, sarebbe opportuno, per esempio, organizzare con regolare scadenza periodica incontri ufficiali sullo stato di salute dell'italiano così da monitorarne costantemente le linee di tendenza ed essere pronti ad intervenire per garantirne e potenziarne la diffusione. Se questo avverrà, se le parti coinvolte manterranno la promessa di impegnarsi in tal senso, allora potremo dire che gli Stati Generali della Lingua Italiana di Monaco sono stati il punto d'inizio di una nuova stagione.

Gli Stati generali della Lingua italiana, da Firenze a Monaco

Ministero degli Affari Esteri

(31.03.2016)

Da Firenze a Monaco di Baviera per approfondire le strategie di diffusione dell'italiano all'estero. Dopo gli Stati generali della Lingua italiana nel mondo, ospitati nel capoluogo toscano nel 2014 (iniziativa voluta dal Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale in collaborazione con il Miur e il Mibact), anche in Germania si fa il punto sulle nuove sfide da affrontare. Sulla scia del lavoro iniziato dalla Farnesina due anni fa e puntando i riflettori sulla potenzialità della "dolce lingua", l'Istituto di italianistica dell'Università Ludwig Maximilian di Monaco, in collaborazione con l'Associazione docenti d'Italiano in Germania, l'Istituto italiano di cultura e il Consolato generale d'Italia a Monaco di Baviera, ha organizzato gli "Stati generali dell'Italiano in Germania". Una giornata, in programma venerdì 8 aprile all'Università Ludwig Maximilian, per conoscere le realtà impegnate nella diffusione dell'italiano, capire il potenziale della nostra lingua sul mercato tedesco e chiarire le prospettive nell'ambito di un dialogo inter-istituzionale. I lavori si divideranno in diversi panel volti ad approfondire la situazione dell'italiano nei dipartimenti di Lingua e Letteratura italiana, nei centri linguistici interfacoltà, nei corsi organizzati dai consolati e dagli enti gestori, negli Istituti di cultura e nelle Società Dante Alighieri.



La lingua italiana in Germania

E' la Germania, con 309.680 studenti, il Paese che ha più allievi di italiano nel mondo. Al secondo posto c'è l'Australia, con 207.921 studenti mentre in terza posizione ci sono gli Stati Uniti, che ne ha 142.970. A stilare la classifica è il rapporto "Stato dell'insegnamento dell'italiano nel mondo", presentato a Firenze il 20 ottobre scorso durante il convegno "Riparliamone: la lingua ha valore", promosso dalla Farnesina.

Lo stato dell'italiano in Germania

Funkhaus Europa

di Enzo Savignano

Un convegno dei docenti di italiano a Monaco ha fatto oggi il punto sulla diffusione della lingua italiana in Germania. Calano i corsi nonostante la richiesta, spiega Tatiana Bisanti. E sono ancora troppi i clichè legati alla nostra lingua.

Il convegno "Stati generali della lingua italiana in Germania" fa parte di un percorso iniziato a Firenze due anni fa quando si tennero gli Stati Generali della Lingua Italiana nel Mondo. Allora si sottolineò che: "L'italiano è la quarta lingua più studiata al mondo e la Germania è il Paese con l'interesse più alto".

A due anni di distanza la situazione sta peggiorando: c'è sempre un gran numero di persone, soprattutto giovani e studenti, che vogliono imparare o approfondire la lingua italiana in Germania, "ma registriamo anche un calo delle richieste e soprattutto una diminuzione dell'offerta di corsi di italiano da parte di istituzioni sia italiane che tedesche", sottolinea al microfono di Filippo Proietti la coordinatrice per la lingua e la cultura italiana all'Università del Saarland, Tatiana Bisanti. Il convegno è stato organizzato dall'ADI, l'Associazione dei docenti italiani in Germania.



Usate il codice QR per ascoltare il servizio di *Radio Colonia* sugli *Stati Generali dell'Italiano in Germania*

Perché promuovere l'insegnamento dell'italiano in Germania

Il Mitte

(20.04.2016)

L'Adi è un'associazione che cerca di promuovere in ogni sede l'insegnamento dell'italiano in Germania ed è aperta a tutti i docenti di italiano e a quanti vorrebbero diventarlo, dagli asili nido alle Volkshochschulen, passando per le scuole elementari, i licei, le università e gli istituti privati. L'8 aprile ha organizzato a Monaco gli Stati Generali della lingua italiana in Germania. Abbiamo intervistato l'attuale presidente dell'associazione, Livia Novi, ex insegnante e lettrice universitaria e responsabile del Dipartimento di lingue romanze alla VHS di Monaco.

Come e quando nasce la vostra associazione?

Siamo nati sei anni fa da un gruppo di lettori universitari, in Baviera. Essendoci in Baviera più italiani che nel resto della Germania, ci sono anche più lettori e più corsi per lettori. In seguito sono entrate nel direttivo anche persone non bavaresi.

Quanti sono i membri?

Sei membri di direttivo e circa ottanta soci, tutti insegnanti di ogni tipo.

Come è nata l'idea di organizzare gli Stati Generali della Lingua Italiana in Germania?

Due anni fa, nell'ottobre del 2014, a Firenze hanno avuto luogo gli Stati Generali della Lingua Italiana e contestualmente è stato pubblicato un libro in cui si diceva che la Germania sarebbe il Paese in Europa con il maggior numero di persone impegnate ad apprendere l'italiano, ma noi sappiamo, sulla base della nostra esperienza, che non sono tutte rose e fiori.

Molti italiani stanno venendo in Germania perché pensano di poter trovare una collocazione professionale insegnando italiano, ma la cosa non è semplice come sembra, anche perché gli insegnanti sono, in questo caso, per il 90% incaricati che sono pagati solo per le ore di lezione, quindi si tratta comunque di un lavoro precario.

Quindi a voi non risulta questo presunto amore della Germania per la lingua italiana?

Sicuramente c'è un interesse, ma l'insegnamento dell'italiano nelle scuole e nelle università sta tornando indietro. L'apprendimento dell'italiano è soprattutto legato al turismo. Questo è comunque positivo, perché alimenta i rapporti commerciali con l'Italia, l'interesse per i prodotti italiani, etc., ma sarebbe importante che l'italiano diventasse sempre di più anche una lingua per la professione, anche perché ci sono tanti gruppi di italiani, nati e cresciuti bilingui, che potrebbero usare di più le loro competenze linguistiche.

Qual è lo scopo degli Stati Generali della Lingua Italiana in Germania?

Documenti

Lo scopo è mettere attorno a un tavolo rappresentanti di tutte le istituzioni coinvolte nell'insegnamento dell'italiano, sia italiane che tedesche, e quindi scuole, università, centri di facoltà, Volkshochschulen, dipartimenti di italianistica, enti gestori che fanno corsi di lingua e cultura italiana per i bambini figli di italiani.

Stiamo cercando di capire in che modo si possano trovare sinergie e dove si possa intervenire per promuovere l'italiano nelle scuole e nelle università, rendendolo quindi non solo una lingua per il divertimento, il turismo e il tempo libero, ma anche una lingua viva, utile per il lavoro e per gli scambi commerciali e in grado di dare dei titoli. Ovviamente non risolveremo subito il problema, ma gli Stati Generali sono stati un buon inizio.

Ricordiamo che gli italiani che vivono in Germania sono circa 600.000, siamo la terza comunità di stranieri sul territorio.

Cos'ha di "speciale" l'italiano e perché dovrebbe essere studiato, in Germania?

L'italiano, e questa secondo me è la cosa più interessante, è lingua di cultura, oltre ad essere lingua di migrazione, ed è l'unica lingua in Germania ad avere questo "doppio ruolo". Lo spagnolo non ce l'ha, il francese non ce l'ha, il turco non ce l'ha.



Il turco è diffusissimo

La lingua turca è più presente dal punto di vista dei numeri, ma è una lingua di migrazione, mentre la lingua italiana ha una grande tradizione come lingua di cultura, sin dai tempi del Grand Tour di Goethe. In Germania l'italiano era presente nelle università da prima degli anni anni sessanta e dagli anni sessanta viene insegnato nelle scuole come terza lingua.

Solo che questi due aspetti della nostra lingua, vale a dire essere contemporaneamente di cultura e di migrazione, non hanno mai trovato un vero punto di contatto, per cui, normalmente, ci sono al mattino i corsi di italiano per i tedeschi e al pomeriggio i corsi di italiano per bambini figli di italiani, quando invece le scuole bilingui, a Berlino, Monaco e Francoforte, riescono a integrare le due cose e in questo senso si dovrebbe lavorare. Il nostro scopo è far avere ai tedeschi un vero contatto con l'italiano, che non dovrebbe essere confinato al pomeriggio, nei corsi facoltativi, ma dovrebbe diventare materia curricolare.

Purtroppo l'italiano, nei ginnasi, soprattutto nel nord della Germania, sta tornando indietro. Non è più presente. In alcuni Länder, come la Bassa Sassonia, non esistono scuole di italiano eppure c'è una presenza italiana fortissima. A Wolfsburg, la città della Volkswagen, che è abitata da moltissimi italiani, si trova una Gesamtschule bilingue italo-tedesca, ma nel resto della Bassa Sassonia l'italiano come materia curricolare non viene insegnato nelle scuole. Infatti non esiste un Fachseminar d'italiano che si occupa della formazione degli insegnanti e nelle due università in cui si può studiare italiano (Osnabrück e Göttingen) non si può farlo come Lehramt, ma solo come Ergänzungsfach per i ginnasi.

Qual è il vostro rapporto con Berlino?

Ci sono dei legami tra Berlino e alcuni membri del direttivo e una di loro è lettrice alla Humboldt. Nel 2012, proprio a Berlino, abbiamo organizzato un convegno. Da lì siamo andati a Bamberg e Dresda, quest'anno saremo ad Osnabrück, Bassa Sassonia. Cerchiamo comunque di essere presenti in tutta la Germania. A Berlino torneremo sicuramente.

Che ne pensate dell'insegnamento dell'italiano a Berlino?

Sappiamo da una nostra socia che a Berlino, allo Sprachenzentrum della TU (Technische Universität), sono stati eliminati dei corsi di italiano e pare abbiano in programma di eliminarli tutti. Questo è assurdo, perché sempre più italiani si trasferiscono nella capitale tedesca, ma a quanto pare si sta ritenendo sempre più spesso che l'italiano sia una lingua inutile e su cui si possa risparmiare, anche se, come ho detto prima, gli insegnanti lavorano prevalentemente per incarichi e vengono pagati solo per le ore di lavoro svolte, quindi questi corsi costano poco, poche migliaia di euro a semestre.

Anche a Berlino, insomma, si sta andando indietro e l'insegnamento dell'italiano viene conservato solo nelle strutture dove viene appreso per ragioni turistiche, a livelli bassi, mentre nelle università si ha l'idea che non serva quanto l'inglese o lo spagnolo.

In Germania si studia più lo spagnolo, dell'italiano?

Sì, sicuramente, soprattutto nelle scuole. L'interesse per l'italiano, in Germania, c'è, ma dobbiamo vigilare per non regredire e soprattutto dobbiamo far passare il messaggio che la nostra sia una lingua utile e importante.

In realtà io ho incontrato molti tedeschi capaci di parlare l'italiano, da quando mi sono trasferita in Germania. Questo mi ha molto stupita!

È una questione anche un po' generazionale, l'interesse è espresso più che altro da persone dai cinquant'anni in su. Questo perché negli anni ottanta e novanta c'è stato il boom dell'italiano, per via di tutti i rapporti che c'erano tra l'Italia e la Germania. Ora però questa tendenza è un po' in inversione, tra i ventenni e in generale tra i più giovani si fa molta più fatica a trovare qualcuno che parli italiano.

Quali sono le vostre prossime iniziative?

Intanto, attraverso gli Stati Generali, speriamo di entrare in contatto con chiunque voglia sostenere il nostro progetto. Siamo un'associazione volontaria di persone che lavorano e nel tempo libero si occupano di questo tema, che riteniamo importante. Speriamo di creare anche un rapporto con le istituzioni, sia tedesche che italiane, e devo dire che già abbiamo suscitato dell'interesse perché Fausto Panebianco, il consigliere dell'ambasciata italiana addetto alla politica culturale, ha partecipato all'evento ed espresso il suo interesse.

Come vuole concludere questa nostra intervista?

L'importante è mettere in evidenza il fatto che ci siano tanti insegnanti di italiano. Questo rende assolutamente necessaria una politica linguistica ad hoc. Il mercato delle lingue è un mercato come gli altri e la lingua è un veicolo promozionale eccellente per promuovere

Documenti

l'immagine di un Paese ed è esattamente quello che fa la Germania con il Goethe-Institut, per esempio. Anche noi avremmo i numeri per farlo, ma abbiamo bisogno di coordinare gli sforzi e quindi speriamo che gli Stati Generali abbiano offerto e offrano spunti per riflettere sull'argomento e trovare prospettive future di cooperazione.

In Germania gli Stati Generali dell'Italiano

ICoN

(06.04.2016)

Da Firenze a Monaco di Baviera per approfondire le strategie di diffusione dell'italiano all'estero. Dopo gli Stati Generali della Lingua italiana nel mondo, ospitati nel capoluogo toscano nell'ottobre del 2014, anche in Germania si fa il punto sulle nuove sfide da affrontare.

L'Istituto di italianistica dell'Università Ludwig Maximilian di Monaco, in collaborazione con l'Associazione docenti d'Italiano in Germania, l'Istituto italiano di cultura e il Consolato generale d'Italia a Monaco di Baviera, ha organizzato gli Stati Generali dell'Italiano in Germania.

La giornata di studio segue il solco tracciato due anni fa dall'iniziativa per la valorizzazione e promozione dell'italiano voluta dal Ministero degli Affari esteri e della Cooperazione internazionale in collaborazione con il Miur e il Mibact.



Gli Stati Generali in programma venerdì 8 aprile all'Università Ludwig Maximilian serviranno a far conoscere le realtà impegnate nella diffusione dell'italiano, capire il potenziale della nostra lingua sul mercato tedesco e chiarire le prospettive per un dialogo inter-istituzionale. I lavori saranno aperti all'ambasciatore d'Italia in Germania, Pietro Benassi, e approfondiranno la situazione dell'italiano nei dipartimenti di Lingua e Letteratura italiana, nei centri linguistici interfacoltà, nei corsi organizzati dai consolati e dagli enti gestori, negli Istituti di cultura e nelle Società Dante Alighieri.

Secondo il rapporto sullo Stato dell'insegnamento dell'italiano nel mondo, presentato a Firenze il 20 ottobre scorso durante il convegno Riparliamone: la lingua ha valore, proprio la Germania, con 309.680 studenti, è il Paese che conta più allievi di italiano nel mondo. Al secondo posto c'è l'Australia, a quota 207.921, mentre in terza posizione si trovano gli Stati Uniti con 142.970 studenti.

To rifletto e tu? ...
liberi pensieri in compagnia
di scrittori, filosofi e... lettori

...e di immagini, mondi
immaginati, mondi percepiti; pieni di
impronte, risate improvvise e sospiri
di lettori. M'intimidiva per tutti
quegli autori che si affannavano con una
parola o una frase e annotavano i loro
pensieri per persone che non avrebbero mai
conosciuto.

Suggerimenti

Pagine a
cura delle
case
editrici



<i>Affare fatto! 1</i>	100
Corso di italiano aziendale	
<i>Catalogo Klett</i>	102
<i>Passo dopo passo</i>	104
Un cammino piacevole e rilassato attraverso la lingua italiana	
<i>Catalogo Loescher</i>	106

EDILINGUA

l'italiano nel mondo... da insegnanti a insegnanti

Affare fatto! 1 (A1-A2)

Corso di italiano aziendale

Affare fatto! 1 è il primo volume di un corso in cui sono presentate le funzioni comunicative e le strutture lessicali e morfosintattiche più rilevanti sia per la comunicazione in tipiche situazioni di tutti i giorni che in quelle in ambito aziendale.

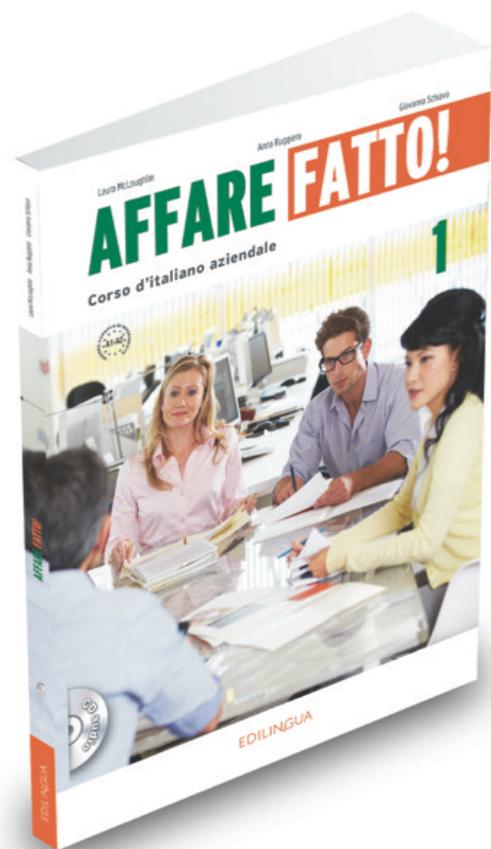
Si rivolge ad apprendenti principianti senza conoscenze pregresse o con conoscenze molto limitate dell'italiano, che si muovono o intendono muoversi all'interno di una realtà settoriale specifica.

Per questo motivo, il libro, pur trattando gli argomenti tipici di un corso di lingua per principianti, li affronta anche da un'ottica settoriale e li affianca ad altri argomenti più strettamente microlinguistici (dai titoli alle professioni, alla presentazione di una ditta, ai pagamenti, alla struttura dell'azienda, alle fiere ecc).

Grazie alla collaborazione con esperti del settore, *Affare fatto!* riflette la realtà aziendale contemporanea, intessendola in attività e situazioni che sviluppano le quattro abilità linguistiche e stimolano la riflessione interculturale.

Affare fatto! si differenzia da altri manuali in quanto propone l'apprendimento della lingua italiana attraverso le vicende di una realtà aziendale inventata, ma assolutamente verosimile, completa di tutto un mondo di personaggi che ruotano intorno a questa ditta: direttori, impiegati, fornitori, clienti ecc.

Affare fatto! 1 si articola in un'unità introduttiva più 10 unità.



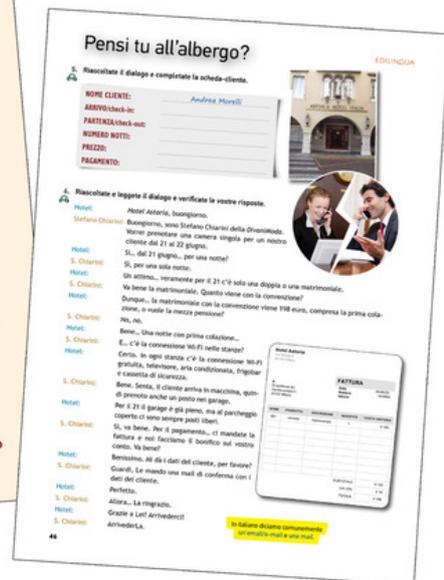
Suggerimenti

Ogni unità inizia con attività per l'attivazione della motivazione attraverso riflessioni situazionali e/o lessicali che introducono elementi chiave dell'unità stessa.

Si procede poi a una presentazione più contestualizzata degli stessi elementi, che vengono ripresentati all'interno di un testo audio, per passare poi alla riflessione e al reimpiego.

Per quanto lo schema delle unità non sia rigidamente fisso, la loro struttura prevede sempre comunque attività che sviluppano parallelamente tutte e quattro le abilità linguistiche attraverso:

- 1 pagina introduttiva che presenta gli obiettivi dell'unità con un input visivo;
- ascolto di un dialogo e attività di analisi e di reimpiego del lessico e delle strutture comunicative presentate nel dialogo; lettura e attività collegate;
- ascolto di un secondo dialogo e attività collegate;
- la sezione *Facciamo il punto!* che ripropone, contestualizzandole, le principali funzioni linguistiche dell'unità;
- 1 pagina di *Strutture linguistiche*, con spiegazioni lineari e schematiche;
- alternativamente, la pagina *Lo sapete che...?* oppure la scheda *Cosa so fare?* che rappresentano, rispettivamente, una riflessione interculturale e un momento di autovalutazione autonoma.



Affare fatto! 1 comprende in un unico volume:

- il **Manuale**
- l'**Eserciziario**, con motivanti attività di fissaggio e reimpiego ed esercitazioni sulla pronuncia
- il **CD audio** (a velocità naturale)

ed è completato da:

- **tracce audio a velocità rallentata** (disponibili on line)
- la **Guida per l'insegnante**, con le chiavi degli esercizi, la trascrizione dei brani d'ascolto e attività ludiche supplementari (presto disponibile anche on line)
- **glossari** in varie lingue (presto disponibili on line)

Authentisch, modern und lebendig! – Neubearbeitung

Con piacere nuovo:
Das Erfolgslehrwerk – jetzt überarbeitet!

Die Neubearbeitung von Con piacere macht den Unterricht für Kursteilnehmende und Kursleitende jetzt noch schwungvoller!

Das ist neu – weniger ist mehr:

- Luftigere Seiten
- Kürzere Lesetexte
- Leichtere Handhabung durch klaren Aufbau

www.klett-sprachen.de/conpiacere



Klett Augmented Buchseiten scannen und Mediendateien kostenlos abspielen mit der Klett-Augmented-App: www.klett-sprachen.de/augmented

NEU: März 2017



Con piacere nuovo A1
Klett Augmented
Kurs- und Übungsbuch
+ Audio-CD (März 2017)

NEU 978-3-12-525201-1

Guida per l'insegnante
(2. Qu 2017)

NEU 978-3-12-525202-8

Trainingsbuch (3. Qu 2017)

NEU 978-3-12-525202-8

Con piacere nuovo A1 digital,
USB-Stick (3. Qu 2017)

NEU 978-3-12-525205-9

NEU: September 2017



Con piacere nuovo A2
Klett Augmented
Kurs- und Übungsbuch
+ Audio-CD (September 2017)

NEU 978-3-12-525206-6

(alle weiteren Komponenten
A2 und B1 in Vorbereitung)

Noch leichter Italienisch lernen und unterrichten!

Allegro nuovo – die neue Ausgabe
des bewährten Lehrwerks

Das Bewährte von Allegro bleibt – und wird jetzt mit Allegro nuovo noch leichter! Allegro nuovo bietet aktualisierte Inhalte und ein frisches Layout mit den bekannten Themen und der gelungenen Struktur von Allegro. Überschaubare Lernportionen und eine flache Progression sichern den Lernerfolg.

www.klett-sprachen.de/allegronuovo



Allegro nuovo A2
Kurs- und Übungsbuch Italienisch
mit Audio-CD

Allegro nuovo A2
Kurs- und Übungsbuch
+ Audio-CD

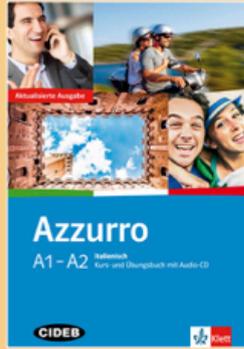
NEU 978-3-12-525593-7

Guida per l'insegnante

NEU 978-3-12-525594-4



Campus Italia – überarbeitete Ausgabe
Ideal für Italienisch an Hochschulen. Führt in zwei Bänden zum Niveau B2. (A1 – B2)
www.klett-sprachen.de/campusitalia



Azzurro und Azzurro più
Intensiv und kommunikativ: der schnelle Weg zu B1+ in 2 Bänden (A1 – B1+)
www.klett-sprachen.de/azzurro



Bravissimo!
Einsprachiger handlungsorientierter Kurs, der das aktive, intuitive und selbstständige Lernen fördert. (A1 – B2)
www.klett-sprachen.de/bravissimo



Stile italiano
Kompakter Italienischkurs für Fortgeschrittene (B2)
978-3-12-525640-8



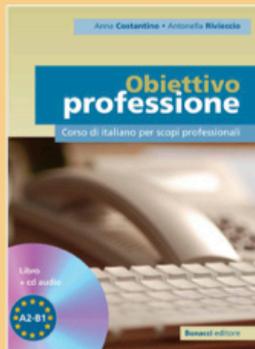
Caccia ai tesori
Unterschiedlichste Texte zu vielfältigen Themen, mit DVD (B1 – C1)
NEU 978-3-12-525918-8



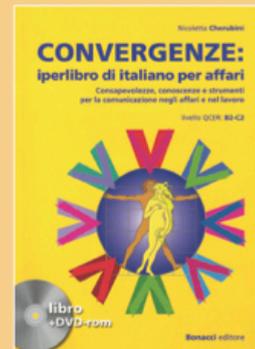
Nuovo contatto
10 thematische Lektionen beleuchten den gesellschaftlichen Wandel in Italien (C1)
NEU 978-3-12-525925-6



Italienisch für den Beruf
Schneller Einstieg in die Berufswelt – Neubearbeitung mit Audio-CD (A2)
978-3-12-606975-5



Obiettivo professione
Berufliches Italienisch – handlungsorientiert und kommunikativ (A2 – B1)
978-3-12-525140-3



Convergenze
Berufliches Italienisch für fortgeschrittene Lernende (B2 – C2)
978-3-12-525145-8

Mehr unter www.klett-sprachen.de

Sprachen fürs Leben!



Passo dopo passo

Un cammino piacevole e rilassato attraverso la lingua italiana

Marinella Vannini

È in libreria *Passo dopo passo A2*, il secondo volume di un corso d'italiano in tre volumi (il primo è uscito nel 2015, il terzo è in preparazione) dedicato a chi voglia apprendere la lingua italiana piacevolmente e senza stress.

Un manuale in cui la gradualità degli input proposti e i sostegni offerti alla comprensione accompagnano lo studente nel proprio cammino di apprendimento, in cui le funzioni comunicative e la grammatica sono illustrate e spiegate in modo semplice e in cui i numerosi esercizi di ripetizione e consolidamento permettono allo studente di fissare e attivare quanto appreso.

Rispetto al primo volume, in *Passo dopo passo A2* sono rimaste invariate la struttura generale del manuale (nove unità articolate in tre moduli) e la microstruttura delle singole unità (articolate in tre parti: A, B e C). Ed è rimasto invariato anche l'approccio didattico: la progressione davvero graduale, gli input scritti e orali moderati, i compiti sostenibili, fasi cicliche di ripetizione e tante produzioni libere e guidate.

Per stimolare l'interesse e la motivazione degli studenti, in questo secondo volume ritorna la famiglia Mandelli (protagonista del primo volume) con nuovi aneddoti ed avventure.

In *Passo dopo passo A2* ci sono però alcune novità.

La cartina d'Italia in copertina è nuova e più dettagliata, in quanto funzionale a diverse attività.

Le consegne, che fino all'unità 3 sono ancora in tedesco, dall'unità 4 sono in italiano (un italiano volutamente semplice, per consentire agli studenti di comprendere facilmente il compito da svolgere).

Gli input orali sono un po' più lunghi rispetto al primo volume, ma la velocità rimane moderata, le voci non si accavallano mai e il lessico è semplice. Inoltre spesso i dialoghi

Suggerimenti

vengono spezzati in due parti per non sovraccaricare gli studenti e per suscitare il loro interesse.

La pagina delle *Curiosità italiane* è ancora pensata per la fruizione autonoma da parte degli studenti e per far conoscere loro la cultura italiana, ma, per incentivarli a confrontarsi con la lingua, al testo in italiano non è più affiancata la traduzione in tedesco (che può essere tuttavia scaricata dal sito della Hueber, a discrezione dell'insegnante).

Ai consigli per facilitare l'apprendimento (divisi in *Consigli generali* e *Consigli specifici* per imparare i verbi) è dedicata, in questo secondo volume, un'intera pagina.

In conclusione, gli insegnanti, con *Passo dopo passo*, hanno a disposizione un manuale semplice, piacevole e interessante, che coinvolge e motiva gli studenti.

Un manuale che aiuta gli studenti a rafforzare la propria sicurezza, garantendo loro un ambiente di apprendimento rilassato ma stimolante.

Un manuale che tiene conto dei bisogni e delle aspettative degli studenti e che li aiuta a sviluppare nuove strategie di apprendimento e memorizzazione.

Catalogo Loescher

Marco Mezzadri, Gaia Pieraccioni

Italiano plus

IMPARARE L'ITALIANO PER STUDIARE IN ITALIANO (A1-B2)

Bonacci Editore

Un corso di italiano per studenti universitari che nasce dalle ricerche sull'italiano per lo studio condotte dal Laboratorio di Glottodidattica dell'Università di Parma. Ogni unità sviluppa la morfosintassi, il lessico generale e settoriale, le abilità di studio, le strategie di comprensione e produzione. Per ogni unità, esercizi e attività per l'approfondimento in classe e per lo studio individuale.



- SILLABO CURVATO SULLE NECESSITÀ DI COMUNICAZIONE IN AMBITO UNIVERSITARIO
- MATERIALI E DOCUMENTI LEGATI AD AMBITI DISCIPLINARI UMANISTICI E SCIENTIFICI
- SVILUPPO DELLE STRATEGIE DI STUDIO E DELLE COMPETENZE TESTUALI
- RICCO APPARATO MULTIMEDIALE

Dotazione multimediale (www.imparosulweb.eu):

- Libro in digitale tutto interattivo
- Audio e trascrizioni.
- Materiali extra per ogni Percorso: video autentici, infografiche e letture, corredati di esercizi.
- Glossari plurilingui, generali e settoriali.
- Schede riepilogative di strategie e abilità di studio.

Paolo E. Balboni

il Balboni

CORSO COMUNICATIVO DI ITALIANO PER STRANIERI (A1-B2)

Bonacci Editore

Un corso agile, lezioni dal passo breve, organizzate secondo i tre momenti fondamentali di sviluppo dell'unità di apprendimento: comprensione, analisi e sintesi. Ogni percorso si conclude con una sezione di civiltà e una di riflessione sulla lingua. Con tantissimi materiali online accessibili dal portale Bonacci Editore.



Suggerimenti

- BREVI UNITA' DI ACQUISIZIONE
- LA PALESTRA DI ITALIANO: ESERCIZI AGGIUNTIVI
- GUARDIAMOCI INTORNO: SEZIONI DI CIVILTÀ

Dotazione multimediale (www.bonaccieditore.it):

- Audio e trascrizioni.
- Traduzione delle consegne di A1.
- Glossario A1-A2 (in italiano e tradotto in arabo, croato, inglese, francese, greco, polacco, russo, spagnolo, tedesco, turco).
- Esercizi supplementari.
- Grammatica di riferimento.
- Costruisci la tua grammatica.
- Il piacere dell'opera italiana: arie d'opera adatte anche al livello A1.
- Canzoni composte appositamente per il corso (anche per A1) e canzoni italiane famose
- Video di cultura e civiltà italiana con esercizi.



Loredana Chiappini, Nuccia De Filippo

Un nuovo giorno in Italia

PERCORSO NARRATIVO DI ITALIANO PER STRANIERI (A1-B2)

Bonacci Editore

Un nuovo giorno in Italia è un corso comunicativo di lingua italiana per stranieri, completamente rinnovato rispetto alla precedente edizione. Presenta una chiara progressione dei contenuti funzionali e grammaticali, sostenuta da un percorso narrativo che accompagna piacevolmente lo studente nella lingua e nella cultura dell'Italia contemporanea. Le numerose attività comunicative scaturiscono da un ricco input testuale e favoriscono l'uso pragmatico della lingua in contesto.

- ✓ COMPLETAMENTE RINNOVATO
- ✓ IMPIANTO NARRATIVO
- ✓ ATTIVITÀ MOTIVANTI, VARIE E COINVOLGENTI
- ✓ UN PIACEVOLE VIAGGIO NELL'ITALIANO!

Dotazione multimediale (www.imparosulweb.eu):

- Audio mp3 con tutti gli ascolti.
- Consigli didattici delle autrici.
- Soluzioni degli esercizi.
- Test di verifica.
- Attività di fonetica.

