

Anna Antonini

Imparare italiano all'estero

(Apparirà nel volume “L’italiano degli altri” dedicato alla decima edizione della “Settimana della Lingua Italiana nel Mondo”)

La “Settimana della lingua italiana nel mondo”¹, un contenitore di eventi che ha come comune denominatore la promozione dello studio e l’approfondimento della nostra lingua, è una felice occasione per osservare *L’italiano degli altri*. Infatti, un’importante sezione del programma di questa iniziativa che ha ormai assunto un rilievo internazionale, ed è giunta quest’anno alla decima edizione, prevede un concorso di scrittura rivolto a studenti universitari che frequentano all’estero corsi di italiano; il concorso è organizzato con il supporto dei Lettori e dei Dipartimenti di Italianistica presso le Università straniere in cui si insegna la lingua e la cultura italiana. In tale ambito, un ruolo di primo piano è svolto dai Lettori di italiano, i quali coinvolgono e guidano i propri studenti nella stesura degli elaborati. Ogni anno, il programma della “Settimana” prevede un tema centrale che si presta ad essere il motivo conduttore e accomunante di tutta una serie di eventi organizzati dalla rete estera; ed è questo stesso tema che viene proposto agli studenti affinché faccia da stimolo ed orientamento e diventi motivo di riflessione per il successivo svolgimento. Dato il consistente numero di elaborati che ogni anno perviene al Ministero degli Esteri, si può sicuramente affermare che l’iniziativa ha riscosso e riscuote un grande successo a livello internazionale. La redazione di questi elaborati costituisce per noi un

¹ La “Settimana della Lingua Italiana nel Mondo” è un evento culturale internazionale che si svolge ogni anno nel mese di ottobre su iniziativa dell’Accademia della Crusca in collaborazione con la Direzione Generale per la Promozione e la Cooperazione Culturale del Ministero degli Affari Esteri. Scopo della manifestazione è quello di promuovere in tutto il mondo la lingua italiana nelle più varie sfaccettature. Ogni anno viene scelto per questo un tema specifico che riguarda un particolare ambito d’uso della lingua italiana. Il tema del 2010 è stato *Una lingua per amica: l’italiano nostro e degli altri*. La manifestazione, alla quale partecipa fin dalla prima edizione anche la Confederazione Elvetica, è sotto l’alto Patronato del Presidente della Repubblica e coinvolge, fra gli altri, gli Istituti Italiani di Cultura, i Consolati Italiani, le cattedre di italianistica attive presso le varie Università, i Comitati della Società “Dante Alighieri” e numerose altre istituzioni pubbliche e private.

osservatorio privilegiato che ci offre la possibilità di verificare quale sia l'immagine dell'Italia passata e presente, lo stato e lo studio della lingua italiana in Europa e nel mondo e la sua posizione rispetto alle altre lingue. L'italiano come lingua per i giovani è, infatti, un tema da esplorare a fondo, per mettere in luce sia la necessità di saper conciliare le ansie giovanili con l'acquisizione della lingua e della cultura prodotta dalla civiltà che i nostri giovani hanno ereditato e nella quale vivono, sia l'apporto che proprio i giovani danno, con la loro straordinaria mobilità, alla circolazione dell'italiano tra i loro coetanei di molti Paesi del mondo, durante gli studi, i soggiorni di vacanze, le proprie espressioni culturali (musica, teatro, cinema), il turismo giovanile. Ogni tema è particolarmente stimolante perché ha il pregio di catalizzare un ampio e significativo interesse nei confronti della lingua italiana e dei contenuti culturali ad essa collegati e, inoltre, di attirare l'attenzione degli studenti su forme di cultura materiale quali le feste, le tradizioni, le usanze gastronomiche locali, tutte cose particolarmente varie e ricche di suggestioni nel panorama italiano. Vale la pena ricordare e commentare alcuni di questi temi conduttori. Il tema scelto per la sesta edizione della "Settimana", *Il cibo e le feste nella lingua e nella cultura italiana*, ha suscitato grande interesse in ogni parte del mondo e ha riscosso un successo enorme, rivelando anche una funzione determinante dal punto di vista della formazione didattica. Sotto il denominatore *Cibo e feste*, il concorso per studenti universitari prevedeva la redazione di un elaborato dal titolo: *Oggi cucino all'italiana. Amici, ricordi, progetti, sapori in una giornata dedicata al mio italiano*. L'obiettivo della proposta era sostanzialmente questo: associare l'interesse e la conoscenza della lingua italiana di oggi all'apprezzamento, che risulta ormai strepitoso, per la nostra tradizione gastronomica. Il tema ha stimolato molte curiosità e gli svolgimenti sono diventati percorsi di vere esplorazioni nella storia della nostra civiltà gastronomica ed è stato fecondo di raffronti e di scambi con le tradizioni locali. Le composizioni, tutte quante di un certo respiro per importanza degli argomenti trattati e per ampiezza testuale, hanno dimostrato che la capacità di fare tendenza nel settore gastronomico, collegata ad una tradizione quanto mai articolata anche su base regionale, è senza dubbio uno degli elementi che più caratterizza l'immagine del nostro Paese all'estero. E gli intrecci che la lingua italiana ha con la cucina sono fecondi di temi che mettono in luce e valorizzano la nostra cultura. Leggendo questi temi ci si spalancano le porte di cucine siriane, albanesi, americane, cinesi ecc. dove si stanno preparando pizze, lasagne, ragù, spaghetti, pomarole, frittelle veneziane, cappuccini, caffè, gelati, spaghetti e bucatini; entra in scena persino Apicio che insegna con pazienza a una

giovane libica a cucinare il “pollo numidico” condito con un immangiabile *garum*. Ma, si sa, dagli aspetti dell’attualità è facile passare agli aspetti della storia poiché i fatti linguistici e quelli del costume alimentare sono due manifestazioni profonde della vita di un popolo.

In occasione della quarta “Settimana” si chiese agli studenti universitari partecipanti al concorso di comporre un elaborato dal titolo *Programma di un viaggio in Italia*, uno stimolo ad immaginare un percorso di luoghi, persone, monumenti e quindi un’occasione di scambio culturale e di arricchimento linguistico. Le risposte a questo progetto hanno offerto una molteplicità di punti di vista che testimoniano come il nostro Paese sia capace di suscitare un profondo interesse anche in giovani appartenenti a società distanti dalla nostra, geograficamente e culturalmente, grazie anche ad aspetti che non appartengono a quella che potremmo considerare la tradizionale immagine dell’Italia all’estero. La curiosità dei giovani può essere suscitata dall’immagine dell’Italia conservata dalla tradizione letteraria del proprio Paese, come simbolicamente rappresentato da una studentessa tedesca che dà vita a un dialogo epistolare con le pagine del *Viaggio in Italia* di Goethe. Altre volte sono i grandi scrittori italiani che ispirano una riflessione che diventa percorso nel tempo oltre che nello spazio in cui l’Italia del passato si confronta con l’Italia contemporanea. Per alcuni, il viaggio nell’Italia di oggi è costruito attraverso una conversazione che si svolge tra amici e familiari o con persone conosciute durante un viaggio in treno, reale o immaginario, o a un tavolino di un caffè o in una piazza, o sotto forma di dialogo immaginario con un personaggio della storia. Certo è che una delle principali fonti di interesse che spingono questi giovani ad avvicinarsi o a sognare di raggiungere il nostro Paese e a parlare la nostra lingua è rappresentata dalla ricchezza del patrimonio artistico e culturale; ma si vede bene da questi elaborati che il desiderio di visitare l’Italia scaturisce anche dalla consapevolezza di trovare una società aperta e cordiale e uno stile e un ritmo di vita inconfondibilmente “italiani”: «L’Italia con strade affollate, piene di turisti meravigliati, con negozi scintillanti, con sole e gente che ride, che parla forte, che gode ogni momento il miracolo dell’esistenza» (dal tema di Mirabela Popa – Romania).

Si può concludere, dunque, che i giovani di oggi sono estremamente interessati a conoscere il vero volto dell’Italia: viaggiano di più e si rendono conto che ci sono “mille Italie”, tutte quante all’avanguardia in molti settori.

La settimana “Settimana” dedicata alla *Lingua italiana e il mare*, chiedeva ai Lettori di proporre agli studenti la redazione di un elaborato personale che si ispirasse alla

traccia seguente: *I miei ricordi, i miei progetti di una vacanza al mare in Italia: quali spiagge, quali amici, quali visite in città e regioni di questa terra che si distende al sole nel mezzo del Mediterraneo. Il mio italiano mi aiuterà a capire e a scoprire; e domani anche a lavorare con amici italiani.* Il tema proposto è stato un *leit-motiv* suggestivo che ha toccato un ampio spettro di argomenti. I ragazzi si sono concentrati sul nostro mare prospettandolo come luogo e mezzo di interazione linguistica e culturale, hanno illustrato i profondi legami della vita italiana con il mare, dall'epoca classica ad oggi, con riferimenti a grandi personaggi, ai poemi epici, alle scoperte dell'archeologia marina, alla marineria italiana nel Medioevo, alle migrazioni via mare, fino al turismo dei giovani che fa incontrare ragazzi del nostro e di ogni altro Paese sulle coste italiane; ragazzi che fanno correre sulle ali dell'amicizia e dei sentimenti la lingua italiana nel mondo. Questi elaborati presentano in tutto il loro fulgore l'immagine dell'Italia associata al suo mare: rapidi scorci di coste, barche, onde, brevi scene di vacanza, palazzi antichi in piccole città medievali, bei giardini, storie raccontate da vecchi pescatori, l'improvvisa apparizione della "Fata Morgana" sulle limpide acque fra Messina e Reggio Calabria, piccoli ristoranti, strade strette e affollate, un quadro completo dello stile di vita italiano sulle nostre coste. Anche coloro che mai il mare hanno visto, hanno attinto a un vasto repertorio di temi: vele e scotte, sole, vento, «sabbie dorate simili a lenzuoli di seta», feste in barca e sulla riva, musica, balli, amori e addii... fondali color smeraldo in cui si rispecchia la bellezza della nostra natura e della nostra arte. E in particolar modo viene descritta da tutti questi giovani la gioia di poter comunicare in lingua italiana, e dopo un po', anche... a pensare in italiano, perché solo con la competenza piena della nostra lingua si può capire la lingua del mare, della risacca, delle onde, la cadenza infinita della musica dell'acqua che regala tranquillità e felicità. È dunque pienamente confermato il paradigma lingua / cultura, secondo il quale l'apprendimento diventa più efficace quando è strumentale alla comprensione degli aspetti culturali, storici e antropologici del Paese. Il mare è certamente una realtà che dà tranquillità e sicurezza perché la nostra storia e le nostre tradizioni da lì sono venute, dal mare ha avuto origine il nostro sviluppo e quello delle generazioni future; ma quello stesso mare che ha ispirato poeti e artisti, che ha dettato canti di gioia e ha acceso la mente di coraggiosi esploratori può evocare anche dolore, pensieri malinconici, scene di naufragi e nostalgie di emigranti: «I mari sono la prova tangibile che Dio ha pianto nella sua creazione», afferma Florence Leterrier (Francia); e Norma Urso, argentina, figlia di emigranti, che ricorda i tanti «Titanic della gente povera, carichi di emigranti diretti in Sudamerica», non dimentica le parole che i suoi

nonni le ripetevano spesso: «la nostra casa se l'è mangiata il mare»; quei nonni che il loro mare non avrebbero visto mai più e che con questa breve frase piena di nostalgia esprimevano con indicibile decoro il dolore per aver perduto la loro terra amata, la casa, la famiglia, l'infanzia, gli amici. Mi ha stupito piacevolmente constatare che le seconde e le terze generazioni di figli di emigranti non portino più il retaggio di una distorta identità culturale ma abbiano una sensibilità e una consapevolezza dell'«essere italiani» che procura loro un evidente orgoglio, e che riconoscano l'importanza dello studio dell'italiano come veicolo di una piena comprensione del nostro patrimonio culturale. Essi ricordano e ci raccontano volentieri ciò che hanno vissuto i loro antenati poiché sembra che il ricordare li incoraggi a riflettere e rivalutare quei loro avi che hanno contribuito a far crescere i Paesi che li hanno accolti. Sono consapevoli che la comprensione del passato possa consentire di apprezzare meglio il presente e il futuro, quel futuro che i loro padri emigranti hanno contribuito a costruire inseguendo un sogno.

La nona “Settimana” è stata dedicata a *L'italiano fra arte, scienza e tecnologia*, ed è stata l'occasione per evocare molti punti di eccellenza della creatività italiana. Tutti i nostri studenti ci riconoscono uno straordinario senso estetico, un'ingegnosità multiforme, una versatilità creativa che derivano dall'antico spirito rinascimentale di una terra popolata da Galileo, Alberti, Michelangelo e tanti altri artisti e scienziati. I frutti di questa geniale operosità sono maturati in seguito – affermano i giovani – in contesti di forte vivacità culturale e ricchi di fermenti innovativi che, in ambienti e scenari diversi, hanno permesso a singoli individui di dare il meglio di sé. Niente è stato dimenticato; hanno descritto con entusiasmo le tante scoperte fatte da italiani: la bussola, la pila, il telefono, la radio, la produzione di meravigliosi strumenti musicali e di armi sofisticate (Beretta!)... Ma si è parlato pure delle antiche tradizioni artigianali, dei progetti avveniristici di Leonardo, delle grandi industrie moderne con a capo la Fiat e la mitica 500, la grande Ferrari e la piccola Moka Bialetti, i raffinati vetri di Murano e infine i vari settori dell'alta tecnologia informatica e spaziale. Nel descrivere la fiducia nella ragione e nella scienza si sono cercati addirittura collegamenti fra Leonardo e i moderni architetti, come ad esempio Renzo Piano di cui vengono descritti con dovizia di particolari due suoi progetti: il Centre Pompidou e l'aeroporto di Osaka. E ancora, si è cercato un filo conduttore che collegasse il terreno della creatività tecnica e scientifica con quello della produzione letteraria ed artistica nel ritrarre il profilo di grandi artisti che sono stati anche ideatori di macchine e scienziati e tecnici che sono stati eminenti scrittori. I nostri giovani scriventi hanno

pure improvvisato con questi ultimi vivaci elaborazioni creative in forma di dialogo, interrogando Galileo, Leonardo, Michelangelo ed altri geni per farsi raccontare le loro vicende di vita e i loro congegni e strumenti. E infine, hanno collegato la storia della creatività e dell'operosità italiane con la storia della nostra lingua che ha esportato in tutto il mondo parole relative agli àmbiti delle arti, delle scienze, tecnica, musica ecc. che si sono integrate nel lessico scientifico e comune delle lingue europee e non solo; parole che hanno viaggiato fuori dai nostri confini nelle quali si rispecchiano le nostre vicende culturali. Se cerchiamo la nostra immagine nello specchio di altre culture, dobbiamo cercarla attraverso le parole che indicano le nostre attività particolari: nelle più diverse arti, nelle scienze, nelle tecnologie, negli arredi, nella produzione di cibi.

Un tema particolarmente stimolante è stato quello dedicato all'*Italiano in piazza* (ottava "Settimana") che ha consentito di coniugare la lingua italiana con la piazza intesa nell'arte, nell'architettura e nella letteratura, quale spazio fisico e metafisico, ma anche luogo di incontro, di intrattenimento e di svago; luogo di manifestazioni culturali e popolari. Questa traccia, grazie alla sua versatilità, ha allargato la partecipazione del giovane pubblico e lo ha avvicinato alla lingua e alla cultura italiana. I temi trattati e ben documentati nei resoconti che ci sono pervenuti sono stati moltissimi; non c'è stato spunto, tra quelli che l'argomento offriva, che non sia stato colto, ampliato, sviluppato. Nella "piazza" sono entrati in scena l'archeologia, la storia dell'arte e del costume, la lingua e la letteratura, la vita politica italiana, attori, registi, giornalisti, predicatori, sbandieratori. Si è parlato di teatro, di mercati, di feste popolari, di bande musicali. E tutto è stato tradotto in immagini, voci, colori che hanno animato le tante meravigliose piazze italiane. La "piazza", insomma, è diventata un microcosmo in cui può succedere di tutto. E in questo itinerario virtuale (o reale) attraverso le piazze d'Italia ha "parlato" la nostra lingua che è finalmente diventata "lingua di piazza" grazie all'opera collettiva della comunità dei suoi parlanti!

Il tema della terza "Settimana", *In diretta con l'Italia*, propone ai giovani di descrivere i vari strumenti e mezzi alla loro portata per conoscere, approfondire, aggiornare la loro conoscenza sulla lingua e la cultura italiana e sulle vicende passate e presenti del nostro Paese. Dai loro elaborati si intende bene che l'interesse per una lingua e relativa cultura proviene dall'immagine che se ne ha; immagine tessuta con esperienze individuali e pregiudizi personali, luoghi comuni che fanno parte del bagaglio di ognuno e funzionano in modo determinante nella mappa che intuitivamente ed emotivamente ci formiamo di una determinata società. Certamente

non esiste un'immagine univoca dell'Italia ma una grande varietà di singole immagini spesso assai contrastanti, diverse a seconda delle nazioni o regioni di provenienza di questi giovani, del loro stato sociale, cultura, educazione e gusto. Nel passato, ed ancor oggi, comunque, la sede più adeguata per la formazione di queste immagini sono stati e sono i libri di storia e di letteratura. Oggi, però, prevalgono le immagini della televisione, le voci della radio, il cinema, la musica, i quotidiani e le riviste in genere, i viaggi e soprattutto internet. A tal proposito mi piace ricordare ciò che scrive un ragazzo polacco: «In effetti, il *Made in Italy* si mangia, si ascolta, si indossa e la lingua vi si aggiunge come un prezioso ciondolo». Le informazioni dell'Italia all'estero non vengono solo attraverso la stampa estera o italiana, ma anche dalle numerose immagini che arrivano nei vari paesi con i prodotti italiani: cinema, moda lanciata da grandi stilisti, sport, prodotti gastronomici di cui sono pieni in tutto il mondo gli scaffali dei supermercati, sport, musica, tecnologia ecc.; immagini con cui i giovani, più o meno consapevolmente, vengono in contatto e prendono gusto ad imparare l'idioma connesso con questa cultura e con questi fenomeni. Tutti questi fattori sembrano offrire un'immagine ancora più profonda e fedele della realtà italiana. Le giovani generazioni, in particolar modo quelle europee, ci suggeriscono, insomma, che se sappiamo far valere ciò che siamo e ciò che produciamo, se sappiamo rinsaldare la nostra identità, la nostra specificità e la consapevolezza della nostra ricchezza culturale, la lingua italiana e l'immagine dell'Italia potrà affermarsi in proporzione.

Accanto a questi aspetti è di molto interesse notare che a costituire il profilo del nostro Paese e della nostra cultura concorre l'idea che ci si è formata della sua lingua. Tutti quanti questi giovani hanno come obiettivo di dominare la lingua in tutte le sue potenzialità e varietà: «secondo me non si può capire e apprezzare un Paese senza conoscere la lingua di cui si serve la gente. Senza conoscenze linguistiche non se ne può sentire l'atmosfera e le impressioni sono più deboli» (Helga Wabnitz – Germania). Secondo questi nostri studenti chi non sa parlare con la gente rimane un osservatore esterno che può avanzare solo delle ipotesi, spesso errate: «la lingua è la chiave per capire la mentalità e la cultura di un popolo [...]. Si può entrare nella testa delle persone soltanto tramite la lingua e perciò ho voluto imparare l'italiano: per capire un popolo che mi aveva affascinato da sempre» (Gerlinde Freis – Austria). Ecco ciò che ci confermano i nostri studenti: la lingua è la porta principale di accesso ai nostri beni culturali e il mezzo più immediato per la loro diffusione; attraverso la lingua passa la nostra cultura, cresce l'interesse per l'Italia, per le sue forme culturali

ed espressive, e quindi attraverso di essa si costruisce un'immagine positiva che giova a tutti i livelli poiché la curiosità e la voglia d'Italia aumentano in positivo via via che la competenza linguistica si consolida. Ma la voglia di apprendere l'italiano si unisce sempre al desiderio di uscire dalla lingua letteraria e paludata e anche da tutto ciò che è scritto e prescritto dai libri di grammatica e dai testi scolastici in genere poiché questi non bastano «a sentire e capire la lingua di cui si serve la gente d'Italia» (Helga Wabnitz – Germania), non sono sufficienti, continua Helga, a imparare parole nuove, anglicismi, neologismi, doppi sensi, sgrammaticature, parole e intonazioni dialettali, i vari registri collegati alla diversità di argomenti e di situazioni: «la conoscenza della lingua italiana non può limitarsi all'ottima competenza grammaticale e alla capacità di usare il congiuntivo – capacità che certo non mancano alla ragazza! – perché la lingua è inseparabilmente legata all'attualità, alla società e alla cultura». Le fonti letterarie, ci suggerisce Marija Gojbasic (Serbia e Montenegro), «benché piacevoli e complesse nell'espressione, non bastano»; ed esemplifica con una situazione concreta: «in una compagnia di amici italiani ho commentato un momento di silenzio con le parole “che atmosfera taciturna!”, e mi sono trovata con gli sguardi addosso esprimenti un atteggiamento [...] fra incuriosito e spiritoso, accompagnato da una sincera risata amichevole». Fedeli a queste loro convinzioni gli studenti in tutti i loro elaborati, impiegano modi colloquiali e discorsivi, forme sciolte e semplificate che emergono dalla lingua del parlato, segmentazioni, incisi, ridondanze sintattiche e lessicali proprie dell'oralità, prevalenza di frasi coordinate e brevi, interiezioni ed esclamazioni, uso di *lui, lei, loro* in funzione di soggetto, brachilogie, ridondanza pronominale, dialoghi e parole polirematiche tratte dalla lingua dell'uso parlato. In genere possiedono una padronanza medio-alta della nostra lingua, che non si limita ai bisogni comunicativi elementari, ma include un ampio repertorio lessicale, flessibilità di usi sintattici e capacità di passare da un registro comunicativo all'altro in modo appropriato, cioè con sensibilità della concreta circostanza comunicativa.

E per conoscere bene la lingua è necessario avvicinarsi ai tanti canali che danno informazioni sul mondo italiano. Innanzitutto la stampa, giornali, riviste, quotidiani ecc. Il linguaggio dei nostri quotidiani – confessano i giovani – è spesso difficile e ricercato, “per iniziati”, e ricco di sfumature ideologiche non immediatamente comprensibili per chi non vive in Italia; ci sono poi notizie banali a cui viene concesso troppo spazio (ad esempio lo sport) e notizie importanti relegate in un breve trafiletto. Purtroppo poche sono le edicole in cui trovare i giornali italiani, ci dicono gli studenti europei. E inoltre sono molto cari: «Passo davanti ad un'edicola: c'è soltanto il

Corriere della sera, ma lo compro lo stesso, ad un prezzo che farebbe piangere il turista italiano venuto per qualche giorno in vacanza in Francia che non può fare a meno del suo quotidiano prediletto [...]. Quando ero al liceo, sfogliando le varie offerte di un catalogo di abbonamenti promozionali per gli allievi del liceo e per gli studenti, mi ero accorta che abbonarsi a una rivista inglese, tedesca o spagnola, era una cosa economica, mentre sei mesi di abbonamento all'*Espresso* costavano un vero patrimonio. «Ma è normale, l'italiano è una lingua molto più rara, e quindi i giornali sono difficili da ottenere», mi aveva spiegato il giovane venditore che sembrava confondere il suo vicino europeo con qualche regione esotica e lontana da ogni civiltà!» (Claire Colin – Francia). Luis Alberto Iglesias Gómez (Spagna) ci conferma che «acquistare regolarmente l'edizione su carta stampata di qualche quotidiano italiano [...] può diventare gravoso per l'economia di uno studente». E anche questa è un'immagine dell'Italia!

In Europa i giornali sono cari ma si trovano. In Australia, a Camberra (e anche in Asia), non ce ne sono proprio, salvo un unico giornale destinato alla comunità italiana di Camberra. Ed è un'emozione sapere che un giovane australiano (Liam Carter) ritaglia con pazienza gli articoli che nei giornali locali parlano dell'Italia e li conserva gelosamente. La televisione via cavo, in Australia come nella maggior parte di altri Paesi, è a pagamento; per questo Liam e altri suoi amici studenti d'italiano, si svegliano all'alba «per guardare l'unica ora gratis di telegiornale RAI», scacciando il sonno con un buon caffè preparato con la moka!

I ragazzi fanno anche molto conto e tengono in grande stima professori e lettori, ottimi specialisti in lingua e cultura italiana, sempre disponibili a fornire bibliografie «su qualsiasi tema che ti interessi, prestarti giornali, romanzi e saggi, e anche farti partecipare alle varie attività culturali organizzate dal Dipartimento d'italiano» (Luis Alberto Iglesias Gómez – Spagna). Comunque, tutti quanti i ragazzi riconoscono che è il Lettore che all'inizio degli studi determina la prima visione del nostro Paese e della gente che lo abita, cosicché egli diventa «un microcosmo in cui si riflette almeno una parte della Penisola» (Tomasz Duda – Polonia). Proprio il Lettore, ancor più dei professori dell'Università il cui insegnamento è impostato sull'italiano letterario, fa lavorare sull'attualità: film, canzoni, giornali, cosicché facilita «il contatto con l'Italia viva, più legata alla contemporaneità» (Ruth Betegón Díez – Spagna).

Aiuti significativi per raccogliere informazioni sull'Italia e avvicinarsi al mondo italiano, sono offerti dagli Istituti Italiani di Cultura che si impegnano ad organizzare molti avvenimenti culturali, proiezioni di film, concerti, programmi teatrali, mostre di

opere d'arte, conferenze di ospiti italiani; mettono a disposizione giornali e riviste d'ogni tipo, danno la possibilità di frequentare corsi di lingua ad ogni livello. Negli Istituti di Cultura ci sono pure televisori e radio sintonizzati con i principali canali italiani e ogni sorta di settimanali, mensili, quotidiani per tenersi al corrente sull'Italia viva e attuale. Una valida risorsa per mantenere e ravvivare i contatti con l'Italia sono, in ambito europeo, i progetti *Socrates / Erasmus* che offrono la possibilità a studenti italiani di passare un certo periodo di tempo all'estero per migliorare la loro conoscenza della lingua e della cultura di quei Paesi. Con loro, dicono i ragazzi nei loro elaborati, si organizzano “cene internazionali”, si ascolta e si parla di musica italiana, di film, di cibo e di vino ecc. Scopriamo che persino i missionari collaborano a suscitare amore per l'Italia e per la sua gente: «rimasi colpita dall'affetto che [i missionari] dimostravano nei miei confronti, verso una ragazzina dalla carnagione piuttosto scura e un po' discriminata socialmente» (Hatixhe Korra – Albania). Ed è stato questo affetto che ha spinto Hatixhe ad imparare la loro lingua, per aggiornarsi “in diretta” sulla realtà politica e culturale italiana.

Ma lo strumento più potente che si presta ad inglobare tutti i canali di informazione è la *rete*. Con *internet* i nostri ragazzi hanno a portata di mano possibilità quasi infinite di uso e di accesso a contenuti diversi con facilità e velocità. Attraverso la *rete* comunicano con gli amici italiani con cui parlano di cinema, di attualità, di tutto; vi leggono giornali e quotidiani, consultano biblioteche telematiche, affrontano temi di ricerca da svolgere su argomenti italiani. La rete – ammettono i nostri giovani – se utilizzata con cautela, può funzionare da testimone su come cambia l'Italia e la quotidianità italiana.

C'è stato, infine, un argomento che ha svolto un ruolo di primo piano per mostrarci la vivacità della nostra lingua, ben presente anche al di fuori dei confini nazionali, e fornirci dati davvero incoraggianti sulle motivazioni allo studio dell'italiano da parte degli studenti universitari attraverso alcuni punti chiave quali l'immagine personale dell'Italia, le principali ragioni dell'interesse per la cultura e la lingua italiana, il futuro utilizzo delle conoscenze acquisite nei corsi d'italiano; l'argomento in questione è stato *L'italiano perché?* (seconda “Settimana”) Dalle analisi degli elaborati traspare che l'immagine del nostro Paese si è formata spesso attraverso l'ascolto di trasmissioni radio o programmi televisivi, o anche attraverso i racconti di viaggio di amici e parenti; oppure attraverso lo studio dell'italiano obbligato dalla scelta scolastica; immagine che si è poi consolidata attraverso le canzoni e i cantanti italiani, i film o i rotocalchi, il tifo per una squadra di calcio e per la nazionale italiana, o per

esperienza diretta attraverso viaggi e soggiorni in Italia per motivi di studio o di turismo. Nelle aree di antica immigrazione italiana l'immagine dell'Italia è stata inizialmente veicolata dai parenti di lontana origine italiana ed è stata successivamente confermata o smentita dall'esperienza diretta in Italia o attraverso il contatto con gli insegnanti che sono riusciti a trasmettere un'immagine positiva dell'Italia e la loro particolare prospettiva ed esperienza. E se la prima immagine reale dell'Italia si concentra su elementi quali la gastronomia, l'arte, la storia, il cinema, la moda, la musica, l'architettura, il fascino delle sue città, le caratteristiche umane dei suoi abitanti e il loro stile di vita, un elemento ricorrente di attrazione è costituito dalla melodia e vivacità di una "lingua che canta e incanta". L'italiano è una lingua bella per il suo suono, per la ricchezza del vocabolario, perché consente di esprimere adeguatamente i sentimenti e la bellezza. Gli elaborati confermano anche una nuova tendenza sottostante alla scelta dell'italiano: l'interesse concreto non solo per l'Italia in quanto culla di civiltà, arte e storia, ma anche per l'Italia paese industriale, della moda e del design. Lo studio della nostra lingua è diventato per molti una scelta di tipo professionale, per poter successivamente insegnare all'estero la nostra lingua, per attività di traduzione e di interpretariato, per approfondire alcuni settori di studio professionale in ambito musicale, del diritto, dell'arte o ancora per la promozione di attività turistiche. L'italiano, insomma, è una lingua "di moda".

Una giovane amica, Irene Lottini, da tre anni Visiting Assistan Professor al Dipartimento di italiano dell'Università dello Iowa, mi scrive una bella lettera dal titolo significativo: *Parlare italiano nel Midwest. Gli studenti d'italiano alla University of Iowa*. Vale la pena di trascriverla perché raccoglie e riassume quanto detto finora sulle vicende dell'italiano all'estero e costituisce una presa di coscienza della posizione che la nostra lingua e la nostra cultura sta assumendo nel mondo e dell'incremento di interesse non tanto e soltanto nei riguardi dell'Italia di un tempo, ma anche per l'Italia artistica, culturale, sociale, economica, tecnologica di oggi. Un interesse che si può definire "giovane" per l'atteggiamento che i giovani mostrano verso la realtà italiana:

«Il programma di italiano della University of Iowa offre corsi di lingua dal livello elementare a quello avanzato, nonché corsi di letteratura, storia e cultura. Se il numero di studenti che scelgono lo studio della lingua italiana come principale indirizzo del proprio corso di laurea è decisamente limitato, non sono pochi quelli che, dovendo superare gli obbligatori esami di lingua straniera o semplicemente volendo apprendere

una seconda o terza lingua, decidono di dedicarsi all'italiano. Ogni anno gli iscritti ai corsi di italiano di primo livello sono circa centocinquanta. Le motivazioni di questa predilezione sono varie. Alcuni studenti sono figli di terza generazione di immigrati. Molti di loro provengono dall'area di Chicago, città protagonista di una significativa immigrazione italiana nella prima metà del ventesimo secolo. Nelle loro famiglie la padronanza della lingua italiana si è ormai perduta. Spesso i più giovani non conoscono neppure l'esatta città di provenienza dei propri nonni, ma hanno ben salde alcune tradizioni familiari e sentono il desiderio di riscoprire la lingua delle loro origini. Per altri studenti questa predilezione per la lingua italiana è determinata da specifici interessi di studio. Musicisti, musicologi e studenti di storia dell'arte considerano l'italiano una lingua necessaria alla loro formazione e, auspicabilmente, futura professione.

Nell'indiscussa attrattiva dell'Italia come meta turistica, poi, l'italiano diventa la lingua da imparare per poter viaggiare o vivere per un breve periodo nelle principali città del paese. Il corso di *Italian for Travelers*, corso elementare diretto specificatamente a quanti stanno programmando una vacanza in Italia, raccoglie ogni anno un significativo numero di iscritti. Per quanti, invece, intraprendono corsi di livello più avanzato la prospettiva di una vacanza - studio in Italia è particolarmente allettante. E tra gli studenti arruolati nell'esercito è ben presente l'aspirazione ad una futura esperienza professionale presso le basi militari americane su territorio italiano.

In anni piuttosto recenti sembra emergere anche una nuova tendenza. Ai corsi di italiano si iscrivono studenti provenienti da famiglie di un più elevato ceto sociale ed economico. Sono giovani che hanno avuto l'opportunità di visitare le città italiane, che vivono in case con arredamento di design europeo, l'opera lirica nel lettore CD e una bottiglia di buon vino d'etichetta italiana sulla tavola. Per loro l'italiano rappresenta una lingua di distinzione sociale e culturale.

Una ultima considerazione riguarda gli studenti stranieri o i figli di seconda generazione di immigrati originari dell'America latina. Per questi ultimi la completa padronanza dello spagnolo costituisce un incentivo ad apprendere una seconda lingua romanza universalmente – ed erroneamente – ritenuta molto simile.

Tra gli studenti stranieri che partecipano a programmi di scambio promossi dalla University of Iowa, infine, non sono pochi gli studenti cinesi che, ultimamente, si iscrivono ai nostri corsi di lingua, richiamati principalmente dal “fascino” della cultura e della tradizione italiana. Sono giovani che sognano di visitare l'Italia e ammirano lo stile italiano. In questa prospettiva, non sembra banale che una mia

studentessa cinese abbia deciso di adottare, per il mio corso, il nome di ‘Miuccia’ in omaggio a Miuccia Prada».

Il momento è d’oro e il futuro dell’italiano promette bene su tutti i fronti! In questi ultimi tempi, dunque, l’immagine dell’Italia e dell’italiano stanno cambiando fortemente. I fenomeni recenti che hanno reso l’Italia famosa in tutto il mondo, dal design alla scienza, dalla moda alla musica, alla tecnologia, all’imprenditoria, hanno creato nuove basi per la modificazione della reputazione immaginaria dell’italiano, veicolo anche all’estero di cultura, di tecniche innovative, di saperi avanzati.

Sono proprio queste motivazioni, assieme al crescente entusiasmo e alla grande determinazione nello studio dell’italiano, il miglior auspicio per l’ulteriore incremento alla diffusione della nostra lingua e, con essa, della nostra cultura e dell’intero “sistema Italia”.