

Berlino, 30 marzo 2006

Prof. Renato Cristin
Direttore Istituto Italiano di Cultura di Berlino

Signor Presidente Ciampi,
Gentile Signora Franca Ciampi,
Autorità presenti,
Colleghi Professori Universitari,
Gentili Signore e Signori,

fino a una decina d'anni fa, la percentuale degli studenti tedeschi che approfondivano la lingua italiana era più elevata di quanto lo sia oggi. Tuttavia, questo calo percentuale non deriva da una disaffezione dei tedeschi verso l'Italia, bensì dall'ingresso sulla scena socioculturale di idiomi che, per diverse ragioni ma tutte legate al mutato scenario internazionale, hanno progressivamente accresciuto il loro potere di attrazione. Lo spagnolo, il russo e, da pochissimo, anche il cinese, sono diventati competitori diretti dell'italiano. Effetti della globalizzazione.

Ciò implica che l'Italia deve produrre uno sforzo ancora più intenso, per dare alla nostra lingua il lustro e il ruolo internazionale che le spetta in quanto *lingua di cultura*. Anche in Germania, è proprio su questo piano che dobbiamo dirigere le nostre energie e trasferire la competizione con le altre lingue, avendo come obiettivo cioè quello di trasmettere, insieme alla lingua, anche i valori fondamentali della civiltà italiana, tra cui senza dubbio l'umanesimo, la democrazia, la libertà, l'imprenditorialità, il gusto per la bellezza e il senso della tradizione. Solo se trasferiamo su questo piano culturale il confronto con le altre lingue, possiamo affrontare e vincere la sfida che la globalizzazione ci impone anche in questo campo come in tutti gli altri ambiti della vita sociale e individuale.

In Germania, la diffusione della lingua e della cultura italiane può contare su un sistema articolato di attori, istituzionali e non, italiani e tedeschi, presente in maniera abbastanza diffusa sul territorio.

I professori e assistenti attivi nel campo dell'italianistica nelle Università, i lettori, gli Istituti Italiani di Cultura, i comitati della Società Dante Alighieri, gli insegnanti di italiano delle scuole elementari e medie come pure quelli delle scuole private di lingua, i membri delle numerose associazioni di amicizia italo-tedesca e la comunità italiana in generale, formano il ricchissimo patrimonio in virtù del quale l'Italia è all'altezza delle sfide più difficili. E la

partecipazione odierna all'incontro con Lei, Signor Presidente, è uno straordinario esempio della qualità di questo patrimonio.

Illustrerò ora in estrema sintesi alcuni di questi gruppi istituzionali.

Italianisti e lettori

In più di 50 università tedesche è presente un Istituto di Romanistica con cattedre di filologia o di linguistica italiana, o con almeno un centro linguistico che offre corsi di italiano per studenti di altri corsi di laurea. Un caso particolare è rappresentato dall'Università di Monaco di Baviera, presso la quale da molti anni esiste un vero e proprio Istituto di filologia Italiana.

Circa 120 sono i titolari di cattedra di filologia o linguistica italiana, la cui alta qualità nella produzione scientifica è confermata dalla pubblicazione di importanti studi storico-critici.

Molti sono, inoltre, gli incaricati a contratto per periodi di breve o media durata, tedeschi e italiani, il cui numero esatto è difficilmente stimabile a causa dell'estrema fluidità delle posizioni (turn over, affidamento di nuovi incarichi, ecc.).

Una settantina fra lettori di ruolo o ricercatori di nazionalità italiana sono assunti in loco dalle università tedesche.

Il Ministero degli Affari Esteri, con uno sforzo notevole e lodevole, finanzia a sua volta 22 lettori di ruolo presso 21 Università tedesche, che contribuiscono all'attività accademica e didattica non solo tenendo corsi di lingua e civiltà italiana a tutti i livelli, ma anche, laddove le loro competenze vengono al meglio valorizzate, curando tesi di laurea e partecipando all'attività di ricerca dell'Università ospitante.

Nelle sedi di Berlino (Freie Universität), di Heidelberg e di Stoccarda i lettori del Ministero degli Esteri hanno avuto i cosiddetti incarichi extra-accademici, allo scopo di collaborare alla gestione degli Italienzentren ("Centri Studi Italia") istituiti presso tali Università in base ad accordi siglati tra le medesime e il Ministero degli Affari Esteri. L'attività di tali Centri consiste nella realizzazione di conferenze, seminari e convegni, afferenti soprattutto agli ambiti disciplinari accademici.

Istituti Italiani di Cultura

In Germania hanno sede sette IIC nelle città di: Amburgo, Berlino, Colonia, Francoforte sul Meno, Monaco di Baviera, Stoccarda e Wolfsburg.

La loro principale attività istituzionale consiste nella realizzazione di eventi culturali in tutti i settori della cultura e della società italiana, sul piano sia storico sia dell'attualità. Inoltre, sul versante della promozione della lingua, essi offrono servizi che consistono in:

- consultazione e prestito di libri e materiali multimediali presso le proprie biblioteche
- corsi di lingua e cultura italiana tenuti da insegnanti madrelingua, per un totale, al 2005, di oltre 730 corsi e 6.300 iscrizioni
- corsi di formazione e aggiornamento per insegnanti di italiano come lingua straniera
- esami di certificazione della conoscenza dell'italiano come lingua straniera

Oltre a ciò, un indicatore particolarmente significativo della domanda di lingua italiana da parte di un pubblico adulto differenziato per estrazione sociale e per livello culturale è rappresentato dal numero di corsi, ore di lezione e iscrizioni offerti a livello federale dalle Volkshochschulen (Università Popolari). La più recente statistica attesta che l'offerta di corsi di italiano presso le Volkshochschulen è a un livello paragonabile a quello dei corsi di francese e di spagnolo.

Infine, a comporre l'orizzonte italiano in terra tedesca è anche la comunità degli italiani presenti in Germania, che rappresenta un importante fattore moltiplicatore della nostra cultura e di diffusione della nostra lingua, soprattutto a livello delle istituzioni scolastiche.

Il quadro che emerge è sintomatico di un sistema capace di un'azione abbastanza capillare, con alcune difficoltà dovute soprattutto alle politiche di risparmio nel campo scolastico e universitario attuate negli ultimi anni dalla Germania: a solo titolo d'esempio cito la chiusura delle cattedre di italiano presso le Università di Hannover e Duisburg-Essen.

Ci sono però anche alcuni significativi elementi di positività. Alla domanda di cultura italiana si accompagna anche, sia pure in forma implicita, un'esigenza linguistica, e poiché la domanda di cultura italiana è in crescita, dobbiamo

utilizzare, e lo stiamo facendo, questa opportunità e portare all'attenzione esplicita degli amici tedeschi il bisogno di apprendere la nostra lingua.

Per concludere, vorrei indicare due ambiti nei quali ritengo opportuno rafforzare il nostro impegno.

1) Nei nuovi Länder tedeschi noto un interesse potenzialmente elevato per la lingua e la cultura italiane, che è tuttavia accompagnato da un'azione a mio avviso ancora insufficiente da parte nostra. Infatti, se regoliamo l'offerta di cultura italiana soltanto in base alla domanda effettiva, rischiamo di indebolire la domanda stessa. Se invece, invertendo tale logica, rafforziamo la nostra offerta indipendentemente dalla domanda effettiva e in risposta alla domanda anche solo potenziale, potremmo a mio avviso ottenere risultati consistenti e in tempi brevi. Va dunque intensificato il nostro intervento, con un'azione integrata fra i vari componenti della promozione dell'Italia all'estero, e in tal senso sarebbe quanto mai opportuna l'apertura di un Istituto Italiano di Cultura in uno dei Länder orientali.

2) Fare sistema. Se promuovere la lingua e la cultura italiana significa anche valorizzare l'Italia nel suo insieme, e se i prodotti italiani – ciò che si chiama il made in Italy – appartengono a pieno titolo all'insieme della civiltà italiana in quanto particolare visione del mondo e della vita, allora diffondere la lingua italiana significa anche dare impulso al made in Italy. Se questa tesi è vera, e se è vero che la Germania è il principale destinatario dell'export italiano, allora dovremmo persuadere le aziende italiane a sostenere la promozione della nostra cultura in un Paese cruciale come la Germania. E incentivando la cultura diffonderemo anche, ne sono sicuro, la lingua italiana.

Dinanzi alle difficoltà non ci arrestiamo, dunque. Ci sono le energie, signor Presidente, e ci sono gli spazi di intervento: è ragionevole prevedere per la lingua italiana in Germania un futuro all'altezza della sua storia.