



L'ITALIANO, STRUMENTO DI INTEGRAZIONE NEL MONDO

Più una lingua è conosciuta, più si esporta uno stile e un modello culturale, più l'economia di quel paese se ne avvantaggia. E' una equazione semplice che vale per tutti, tanto più per l'Italia, che possiede l'80% del patrimonio culturale, artistico, storico e archeologico del pianeta e che esporta all'estero prodotti come la moda, il cibo, il lusso e tanti altri ancora.

E' quindi evidente che la forza del nostro export industriale dipende in gran parte dalla nostra immagine culturale e, in questo contesto, è centrale il ruolo della politica di promozione della cultura italiana all'estero. Essa costituisce un vero e proprio valore aggiunto per la nostra politica estera, che non può prescindere dallo sviluppo delle attività formative e culturali per consolidare il "made in Italy", adeguandolo al ruolo internazionale di primo piano, che il Paese è chiamato a svolgere.

L'italiano, che, Thomas Mann definiva *la lingua degli angeli*, è scelto ogni anno nel mondo da 700 mila studenti e rappresenta la quarta lingua più studiata al mondo, con 70 milioni di italiani di madre lingua e 131 milioni di persone che la usano come seconda lingua.

L'ITALIANO STRUMENTO DI INTEGRAZIONE IN ITALIA

In Italia il processo di integrazione delle comunità di immigrati resta essenziale per lo sviluppo e la sicurezza delle nostre comunità.

Entrano in campo anche nuove figure professionali come gli **operatori interculturali, i mediatori linguistici, culturali e religiosi**, che sono in grado di favorire il pluralismo culturale e le trasformazioni della nostra scuola nella dimensione multiculturale. L'integrazione deve essere una progressiva acquisizione di cittadinanza attraverso un processo di non discriminazione e di inclusione delle differenze, nel costante tentativo di tenere insieme principi universali e particolarismi.

E' proprio nella nostra scuola che, attraverso anche lo studio della lingua italiana l'integrazione si pone come risultato della coesistenza di due condizioni opposte: la differenziazione, come aspetto delle differenze individuali, e l'assimilazione, come opportunità di assorbire caratteristiche altrui!

In sostanza intendiamo l'integrazione come l'equilibrio fra l'essere tutti uguali e l'essere tutti diversi, senza annullare le varie culture nel modello sociale del paese ospitante, ma promuovendo un progetto dialettico fra sistemi valoriali diversi.

Un quadro di riferimento di valori fondamentali nel quale ogni cittadino possa riconoscersi, in cui i valori e le culture originarie di ognuno devono essere salvaguardate.

L'affermazione di un tale modello di integrazione richiede da parte della scuola l'impegno concreto per favorire e promuovere l'educazione interculturale intesa quale processo di riconoscimento delle diversità.



I PUNTI DI FORZA DEL 'BRAND ITALIA': ARTE, CULTURA, BELLEZZA, STORIA E LINGUA.

La cultura, nella sua più ampia accezione che comprende arte, paesaggio, tradizione, beni culturali, *lifestyle*, è uno straordinario *brand*, un patrimonio di visibilità e di reputazione molto forte nell'immaginario internazionale.

La nostra capacità di creare valore a partire dalla cultura è evidente nell'ambito dell'industria creativa. L'Italia mantiene una posizione di *leadership*: siamo il quarto paese al mondo per esportazioni di beni creativi, mentre in particolare per il design siamo il primo paese esportatore tra le economie del G8.

LA LINGUA ITALIANA

La promozione della lingua italiana all'estero è uno dei principali strumenti di cui dispone il nostro Paese e riveste un ruolo di interesse prioritario per la politica estera italiana.

La conoscenza della lingua italiana rappresenta infatti la chiave di lettura necessaria per entrare in contatto con la nostra cultura in senso ampio e per meglio comprendere le dinamiche del "Vivere all'italiana". Dall'analisi dei dati sulla diffusione dell'italiano nel mondo emerge che oltre due milioni di stranieri scelgono di studiare la nostra lingua per avvicinarsi al nostro ricchissimo patrimonio artistico e creativo.

Con gli Stati Generali della lingua italiana del 2014 abbiamo presentato il primo censimento completo sulla diffusione dell'insegnamento dell'italiano all'estero. In questi anni abbiamo migliorato i metodi di raccolta dei dati. Tale attività è la base fondamentale per la programmazione della nostra strategia di promozione linguistica. Disporre di una ricognizione esaustiva della diffusione dell'italiano significa infatti avere uno strumento con il quale orientare in maniera mirata le attività culturali della rete diplomatico-consolare e degli Istituti Italiani di Cultura.

Negli ultimi anni è sempre più evidente l'esistenza di un forte legame tra l'italiano ed il *Made in Italy*. La lingua italiana è infatti la seconda più utilizzata nel panorama delle insegne commerciali in tutto il mondo anche in settori economici diversi da quelli tradizionali, a dimostrazione di come l'italiano sia considerato una lingua che piace anche perché associato, nell'immaginario collettivo, alle tante produzioni di eccellenza del nostro paese. La nostra lingua pur collocandosi al diciannovesimo posto nel mondo per numero di parlanti, si situa al quarto/quinto per corsi di lingua attivati.

L'italiano conserva il ruolo di veicolo culturale privilegiato per l'accesso ad un universo artistico, letterario, filosofico che da sempre esula dai confini geografici nazionali.

Molto spesso un velo di silenzio ha accompagnato l'emigrazione italiana in questi centocinquanta anni, come se coloro che sono partiti non contassero niente per l'Italia.

Al contrario, senza il riconoscimento del ruolo svolto dall'emigrazione, la storia d'Italia è incompleta e sbagliata. Per conoscere come è cresciuta l'Italia, per capire come si sono sviluppate l'economia e la società italiane è indispensabile ricordare, invece, che milioni di nostri connazionali hanno preferito lasciare volontariamente un Paese che non offriva prospettive e che si serviva dell'emigrazione per mantenere bassa la pressione sociale. Questi italiani da lontano, hanno contribuito a creare quello che oggi è l'Italia.



I fenomeni migratori italiani (in partenza e in arrivo), oltre a non essersi del tutto esauriti, presentano nuove e difficili sfide:

- le nuove mobilità professionali e imprenditoriali,
- le fughe dei cervelli,
- la domanda di lingua e cultura italiana da parte delle seconde, terze e quarte generazioni di italiani.

Oggi dobbiamo essere in grado di rileggere la storia della nostra emigrazione anche per meglio capire e gestire il presente, che richiede un grande sforzo della collettività e delle istituzioni per garantire una effettivo percorso di integrazione e cittadinanza ai milioni di cittadini immigrati in Italia.

La lezione della nostra emigrazione deve fornirci di solidi anticorpi culturali contro ogni forma di xenofobia e di razzismo.

I DATI

La rete delle istituzioni scolastiche all'estero costituisce una risorsa per la promozione della lingua e cultura italiana, nonché per il mantenimento dell'identità culturale dei figli dei connazionali e dei cittadini di origine italiana. Presenti in tutto il mondo, le scuole italiane rappresentano uno strumento di diffusione di idee, progetti, iniziative, in raccordo con Ambasciate e Consolati e con le priorità della politica estera italiana. Le scuole italiane, infine, sono spesso un punto di riferimento nei Paesi in cui operano, potendo produrre per l'Italia ritorni di lunga durata in tutti i settori: culturale, politico ed economico.

La rete delle scuole italiane all'estero (infanzia, primaria, secondaria di primo e di secondo grado) sulla base dei dati forniti dal MAECI, comprende:

- **8** istituti statali omnicomprensivi con sede ad Addis Abeba, Asmara, Atene, Barcellona, Istanbul, Madrid, Parigi e Zurigo;
- **43** scuole italiane paritarie, la maggior parte delle quali è costituita da istituti omnicomprensivi, presenti in tutte le aree geografiche nel mondo: Europa, Africa-subsahariana, Mediterraneo e Medio Oriente, Americhe, Asia e Oceania;
- **7** sezioni italiane presso scuole europee: **3** a Bruxelles ed **1** a Lussemburgo, Francoforte, Monaco di Baviera e Varese;
- **79** sezioni italiane presso scuole straniere, bilingui o internazionali, di cui **63** in Unione Europea, **13** in Paesi non UE, **1** nelle Americhe e **2** in Asia e Oceania;
- **2** scuole non paritarie con sedi a Smirne e Basilea.

A tale rete si affiancano le iniziative per la lingua e la cultura italiana all'estero, ex art. 10 del D. Lgs. 64/2017, ed i lettori d'italiano presso le Università straniere.

Con riferimento all'anno scolastico 2016/2017, il contingente scolastico del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale prevede 563 posti di personale docente (195 unità nelle scuole statali, 26 unità nelle scuole paritarie, 83 unità nelle sezioni italiane presso scuole straniere, bilingui o internazionali, 149 unità sui corsi e 110 unità sui lettori), 42 posti di dirigente scolastico (8 unità nelle scuole statali e 34 unità presso le Ambasciate e i Consolati) e 19 posti di personale amministrativo (8 unità sulle scuole statali e 11 unità sui corsi). Nel contingente delle Scuole europee figurano, inoltre, 110 unità di personale docente italiano. Circa 30.000 alunni frequentano queste scuole: la presenza di studenti stranieri è molto elevata.