



**L'INTERESSE PER LA LINGUA E LA CULTURA ITALIANE  
IN GERMANIA  
- BERLINO, COLONIA, MONACO DI BAVIERA -**

**STUDIO ESPLORATIVO**

**Elisabetta De Costanzo**

In collaborazione con Freie Universität Berlin - Institut f. Sozialpsychologie

---

**EDITRICE FILEF SRL**

VIA XX SETTEMBRE 49 - 00187 ROMA

TEL. 06 42011870 - FAX 06 4742956

EMAIL: editrice.filef.@tin.it

Copyright © 2001 Editrice Filef Srl, Roma

Dr. Elisabetta De Costanzo

Freie Universität Berlin

Institut f. Sozialpsychologie und Forschungsmethoden

Habelschwerdter Allee, 45

14195 Berlin

EMIGRAZIONE - Anno XXXIII, N° 5 - 8, 2001, (mensile)

*Direttore:* Gaetano Volpe

Autorizzazione Tribunale di Roma n° 16466 - 26/7/1976

*Direttore responsabile:* Stelvio Antonini

*Redazione e amministrazione:* Via XX Settembre 49, 00187 Roma, Tel. 06 42011870 - Fax 06 4742956

*Abbonamento 2001:* Italia Lit. 120.000, Estero Lit. 200.000, c/c postale n° 37454006 intestato a *Emigrazione*

*Grafica:* Imaginalis Produzioni

*Stampa:* Tipolitografia Visconti, Viale Campofregoso 27, Terni

**Numero monografico:** serie STUDI E RICERCHE

Introduzione	pag.	7
<b>CAPITOLO 1</b>		
<b>LO STUDIO ESPLORATIVO</b>	pag.	9
1.1 Il questionario	pag.	9
1.2 Il campione	pag.	10
1.3 L'analisi dei dati	pag.	10
<b>CAPITOLO 2</b>		
<b>RISULTATI: DATI SOCIODEMOGRAFICI DEGLI INTERVISTATI</b>	pag.	12
2.1 Nazionalità	pag.	12
2.2 Genere	pag.	12
2.3 Età	pag.	13
2.4 Settori di lavoro	pag.	14
2.5 Studenti universitari	pag.	16
2.6 Interesse per la cultura italiana nell'ambiente degli intervistati	pag.	16
<b>APPENDICE AL CAPITOLO 2: GRAFICI</b>	pag.	17
<b>CAPITOLO 3</b>		
<b>RISULTATI: INTERESSI DEL PUBBLICO PER LA CULTURA E LA LINGUA ITALIANE</b>	pag.	25
3.1 Preferenze e nazionalità degli intervistati	pag.	26
3.2 Preferenze e genere degli intervistati	pag.	27
3.3 Preferenze ed età degli intervistati	pag.	28
3.4 Preferenze nei settori di lavoro	pag.	36
3.5 Preferenze nei campioni regionali	pag.	43
3.6 Preferenze e dati sociodemografici: sintesi	pag.	45
3.7 Preferenze per singole sottoclassi di iniziative culturali	pag.	48
<b>APPENDICE AL CAPITOLO 3: GRAFICI E TABELLE</b>	pag.	73
<b>CAPITOLO 4</b>		
<b>CONSIDERAZIONI RIEPILOGATIVE</b>	pag.	108
4.1 Il pubblico degli Istituti Italiani di Cultura	pag.	108
4.2 L'immagine dell'Italia negli interessi del pubblico degli IIC	pag.	115
4.3 Nota conclusiva	pag.	128
<b>APPENDICE AL CAPITOLO 3: TAVOLE SINOTTICHE</b>	pag.	133
<b>ALLEGATO: QUESTIONARIO</b>	pag.	144
<b>RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI</b>	pag.	153

**L**o svolgimento delle funzioni stabilite dalla normativa in merito alla diffusione e alla promozione della lingua e della cultura italiane all'estero richiede la conversione applicativa delle linee programmatiche elaborate nelle aree competenti del Ministero degli Affari Esteri – segnatamente per le politiche concernenti le comunità italiane e le relazioni scientifiche e culturali – in interventi che tengano conto delle peculiarità delle realtà locali.

Pertanto, l'analisi delle caratteristiche situazionali, con le quali si trovano ad interagire, in questo campo, istituzioni e organizzazioni italiane all'estero, è rilevante al fine della configurazione della presenza operativa delle stesse nei diversi contesti.

In sintonia con le indicazioni fornite dai Direttori degli Istituti Italiani di Cultura di Berlino, di Monaco di Baviera e di Colonia, la ricerca, della quale in questo volume sono riportati i risultati principali, è stata pianificata con l'obiettivo di analizzare due aspetti di quelle caratteristiche: la tipologia sociodemografica e gli interessi del pubblico degli Istituti.

In assenza di una base consolidata di dati relativi all'oggetto dell'indagine (le popolazioni di riferimento – in senso statistico – corrispondenti alle variabili prese in considerazione), lo studio assume carattere esplorativo e suggerisce spunti per l'individuazione di ipotesi da verificare e di temi da approfondire in ricerche ulteriori, che includano, altresì, l'analisi delle componenti strutturali ed organizzative della cornice nella quale s'inquadrano, nelle varie aree, le attività di diffusione e promozione della lingua e della cultura italiana.

**C**ome è connotato dal punto di vista sociodemografico il pubblico degli Istituti Italiani di Cultura nelle maggiori città tedesche? A quali aspetti della cultura italiana è più sensibile e in che misura è interessato ad apprendere la lingua italiana?

Il libro segue il filo conduttore di questi interrogativi sulla base dei risultati di un sondaggio realizzato con l'invio di un questionario al pubblico degli Istituti Italiani di Cultura (IIC) di tre circoscrizioni consolari in diverse aree geografiche della Germania: Berlino, Monaco di Baviera e Colonia.

L'analisi delle risposte fornite ha fini descrittivi e mira, in particolare, ad evidenziare le connessioni emergenti fra gli attributi sociodemografici e gli interessi degli intervistati. Il numero considerevole di questionari restituiti lascia confidare in una rappresentatività soddisfacente dei risultati (caratterizzati per lo più da omogeneità fra le tre aree) in relazione alla popolazione di riferimento.

Alla luce degli esiti dello studio esplorativo, nel capitolo 4 vengono elaborati spunti per la riflessione sulle finalità e sugli strumenti di diffusione della lingua e della cultura italiane all'estero, schizzando ipotesi operative comprendenti anche l'opportunità di collaborazione con soggetti attivi in questo settore diversi dagli Istituti, come le associazioni italiane.

La ricerca è stata resa possibile dalla preziosa collaborazione fornita dai Direttori dei tre Istituti di Cultura, Pierangelo Schiera, Pietro Roselli e Luigi Romani, ai quali vanno sentiti ringraziamenti.

## LO STUDIO ESPLORATIVO

### 1.1 IL QUESTIONARIO

Il questionario è stato spedito per posta alle persone registrate nell'indirizzo degli Istituti Italiani di Cultura di Berlino, di Monaco di Baviera e di Colonia. Esso comprende le parti seguenti, formulate in italiano e in tedesco (v. allegato):

- la presentazione del sondaggio con le spiegazioni utili alla compilazione, con l'indicazione della scadenza prevista per la restituzione e con i ringraziamenti d'uso,
- la proposta di 19 classi (categorie) di iniziative volte alla diffusione della lingua e della cultura italiane, per le quali gli interpellati sono invitati a indicare le proprie preferenze in forma dicotomica (*Si/No*), potendo aggiungere suggerimenti di proprio pugno ("*Altro*"),
- la specificazione di varie sottoclassi (opzioni) per le 19 categorie principali, rispetto alle quali si chiede di esprimere il proprio gradimento (*Si/No*) e/o di formulare proposte aggiuntive ("*Altro*"),
- la richiesta di segnalazione dei giorni e degli orari auspicati per le iniziative scelte,
- il rilevamento dei dati sociodemografici (genere, nazionalità, età, settore di lavoro e/o di studio), comprendente anche una domanda sulla presenza (o assenza), nell'*entourage* degli intervistati, di altre persone interessate alla lingua e alla cultura italiane.

Forma e contenuti del questionario sono sostanzialmente identici nei sondaggi condotti - in successione - a Berlino, a Monaco di Baviera e a Colonia, con l'eccezione del primo, dove la domanda relativa ai settori di lavoro era aperta e quella relativa all'identità di genere prevedeva, oltre all'alternativa "*Femminile/Maschile*", anche la categoria "*Altro*". Sulla base dei primi risultati conseguiti, sono stati individuati nove settori di lavoro, inclusi, in seguito, come categorie prestabilite nei questionari diffusi a Monaco e a Colonia. Per l'identità di genere è stata esclusa la categoria "*Altro*". Quest'ultima era stata segnalata, a Berlino, dal 5% ca. degli intervistati. Per l'entità statisticamente trascurabile di questa percentuale si è quindi ritenuto di poter prescindere da questo aspetto nei sondaggi successivi.

La scelta delle attività proposte e le formulazioni adottate nel questionario si basano sulle indicazioni desumibili dalla normativa concernente gli Istituti Italiani di Cultura, sui programmi sinora realizzati e sull'indagine svolta propeudeuticamente presso un campione di persone interessate alla lingua e alla cultura italiane. In particolare, da parte di quest'ultimo è stata suggerita anche la realizzazione di iniziative atte a promuovere l'acquisizione di conoscenze linguistiche e culturali a fini occupazionali. Pertanto nel novero delle categorie contenute nel questionario è stata inserita la formazione professionale. Anche se quest'ultima non rientra fra i campi d'intervento previsti per gli IIC (se non in forma palliativa, nel sostegno alle attività volte a promuovere lo sviluppo culturale delle comunità italiane all'estero, cfr. legge 401/90, art. 8, lettera d), si è ritenuto, infatti, di poter individuare contenuti (corrispondenti alle opzioni proposte per la categoria) da inserire sistematicamente nelle iniziative degli Istituti in funzione di supporto all'acquisizione di competenze professionali in contesti deputati alla realizzazione di misure formative.

Analogamente, sulla base delle segnalazioni emerse dall'indagine propeudeutica, nel questionario sono stati inclusi i viaggi a sfondo culturale in Italia, non compresi espressamente fra i compiti degli IIC. Essi, infatti, potrebbero essere promossi indirettamente nell'ambito dei progetti volti a favorire la conoscenza delle realtà italiane e i contatti con enti ed istituzioni (per es. scuole e università che offrono corsi di lingua, enti per la promozione del turismo, associazioni musicali, ecc.).

## **1.2 IL CAMPIONE**

I risultati della ricerca si riferiscono alle risposte fornite da 1.402 persone, che hanno rispedito per posta (in una busta predisposta e affrancata dagli organizzatori del sondaggio) il questionario compilato.

Le entità numeriche dei tre campioni circoscrizionali e le corrispettive incidenze percentuali sul campione totale sono le seguenti:

- 383 (27%) intervistati a Berlino,
- 506 (35%) intervistati a Monaco di Baviera,
- 535 (38%) intervistati a Colonia.

## **1.3 L'ANALISI DEI DATI**

I risultati vengono riportati nell'analisi descrittiva dei dati in termini di frequenze percentuali (i valori di riferimento compaiono nel testo e/o nei grafici). Queste ultime tengono conto delle risposte effettivamente fornite

(*Si/No, Altro*), prescindendo dalle caselle che sono state lasciate vuote (*missings*).

Sulla base delle connessioni emergenti fra le diverse variabili (test  $\chi^2$ ), in particolare fra le preferenze espresse per le singole categorie e l'appartenenza ai diversi gruppi, definiti nel questionario per nazionalità, per genere, per fascia d'età e per settore di lavoro o di studio, vengono avanzate ipotesi di differenza, formulate con il supporto del *Fisher's exact test*, dei cui esiti si riportano i livelli di significatività statistica che confortano tali ipotesi, corrispondenti, cioè, a valori pari o inferiori al 5% (*sig.F* nel testo).

Su questo sfondo, i risultati più rilevanti sono sottoposti ad ulteriore analisi al fine di individuare configurazioni di preferenze utili per l'interpretazione (cfr. le matrici con gli indici di *Jaccard* per l'analisi delle similitudini o delle prossimità fra gli interessi culturali segnalati, nonché le proiezioni grafiche MDS corrispondenti, basate sull'applicazione del metodo di *multidimensional scaling*, contenute nei grafici e nelle tabelle delle appendici).

L'elaborazione statistica è stata effettuata al computer, con il programma SPSS.