

L'ITALIANO LS IN RUSSIA AI TEMPI DELLE SANZIONI

di Maria Yashina

ABSTRACT

L'introduzione delle sanzioni reciproche tra l'Unione Europea e la Russia ha avuto ripercussioni, tra l'altro, anche sul settore russo dell'insegnamento dell'Italiano come lingua straniera. In seguito alla tensione creatasi nei rapporti russo-europei l'ammirazione di molti russi nei confronti dei paesi europei si è smorzata, e con essa anche la motivazione allo studio di lingue straniere. La svalutazione della valuta nazionale russa, dovuta in parte alle sanzioni ma anche alla crisi economica, ha fatto sì che il costo di un viaggio in Europa per un cittadino russo è praticamente raddoppiato, ma lo stipendio ovviamente no. Come conseguenza è cambiato il profilo di un medio apprendente, vuol dire anche il suo approccio alla scelta e allo studio di una lingua straniera. In più, quando si prende in considerazione la diffusione della lingua inglese si capisce quanto sia diventato difficile attirare gli studenti nei gruppi di italiano. Pubblicizzare i luoghi turistici o le bontà italiane non è più tanto rilevante, e bisogna ricorrere ad altre armi del marketing e inventare nuovi modi per promuovere la lingua italiana. Lo stesso vale anche per i metodi didattici. Se prima potevamo basarci di più sulle esperienze personali interculturali degli apprendenti, sulle impressioni dei loro viaggi, sulle amicizie fatte nelle scuole estive, oggi non possiamo motivarli con la prospettiva di un viaggio o con un corso master nelle università italiane. Anzi, cerchiamo di evitare questi discorsi che provocano tristezza e rincorriamo ai media sociali e alle risorse online per sviluppare le varie competenze. L'articolo parla, quindi, in modo più dettagliato delle modifiche da apportare sia nella didattica sia nel processo di promozione della lingua italiana LS in Russia nel contesto odierno.

1. IL CONTESTO DI LAVORO

La lingua come mezzo di comunicazione rispecchia i cambiamenti nella società, è una cartina al tornasole dell'intero universo. Di solito si parla del legame tra il lessico di una lingua e la cultura quotidiana, tra i gerghi e la storia della nazione, ma il nostro esempio riguarda non la struttura di una lingua, ma il suo apprendimento in un Paese straniero.

È noto che dal marzo 2014 l'UE ha imposto misure restrittive nei confronti della Federazione Russa. Tali misure limitano l'accesso russo ai mercati dei capitali e a determinati servizi e tecnologie, nonché impongono un divieto all'esercizio del commercio di armi (<http://www.consilium.europa.eu/it/policies/sanctions/ukraine-crisis/>). Il 6 agosto 2014 il Presidente russo ha introdotto il divieto di importare in Russia alcune categorie di alimenti (carni bovine e suine, pollame, pesce, formaggi e latticini, frutta e verdura) prodotti dagli Stati Uniti d'America, dai paesi dell'Unione Europea, da Canada, Australia e Norvegia. A prima vista, le cosiddette sanzioni non riguardano minimamente il mondo dell'istruzione o della formazione, ancora meno lo studio di lingue straniere. In realtà, le reciproche misure restrittive tra la Russia e l'UE in combinazione con la crisi economica in Russia e con certe decisioni politiche e burocratiche nel Paese hanno influito la motivazione di chi sceglie una lingua straniera da studiare.

Nei rapporti tra la Russia e l'Europa si è creata una forte tensione. Se prima l'Europa per molti russi era un paradiso e un modello da seguire, negli ultimi anni questa ammirazione si è smorzata. In più, in seguito alla crisi economica, il reddito delle famiglie del ceto medio si è dimezzato. Come conseguenza sono cambiate anche le prospettive di molti giovani. Tra quelli che si iscrivono al primo anno dell'università la maggioranza decide di studiare l'inglese, mentre al secondo posto sono lo spagnolo (grazie alla sua diffusione nell'America Latina) e il cinese (grazie alla rapida crescita economica in Cina e all'intensificazione dei suoi rapporti commerciali con la Russia).

2. LA LINGUA ITALIANA E LA MOTIVAZIONE

Per quanto riguarda la lingua italiana, essa veniva scelta per passione. Chi decideva di studiare l'italiano di solito era stato più volte nel Belpaese, ammirava la cucina, la cultura italiana, voleva continuare gli studi in Italia. Per completare gruppi di italiano bastava svegliare queste memorie. Chi non era stato in Italia prima, era attratto da queste immagini e sapeva che in futuro avrebbe potuto visitare la penisola. Oggi la situazione nelle scuole private, ai corsi di lingue non è cambiata, ma gli studenti universitari (e soprattutto i loro genitori) sono più razionali a prendere decisioni strategiche. La scelta di una precisa università e di una o due lingue straniere, la scelta del percorso di studio equivalgono praticamente alla scelta del futuro, del destino per una persona giovane. Così, per incontrare le aspettative dei ragazzi e dei loro genitori, per parlare con loro la stessa lingua (almeno russa) noi insegnanti di italiano all'università usiamo i seguenti punti a favore della lingua italiana:

- l'Italia è il 4° partner commerciale della Russia per il volume dell'interscambio;
- più di 400 aziende italiane operano in Russia;
- 7 banche italiane hanno i loro uffici di rappresentanza in Russia;
- nonostante le sanzioni, il Fondo russo degli investimenti diretti e il Fondo Strategico Italiano nel 2015 hanno fatto affari per 200 milioni di euro e hanno creato un fondo congiunto per un miliardo di Euro;
- gli imprenditori italiani si adattano alla politica russa della sostituzione delle importazioni e localizzano la produzione nella Federazione Russa sostituendo il *Made in Italy* con il *Made With Italy*;
- l'Italia occupa il 1° posto nella classifica mondiale *Doing Business* per l'indicatore del commercio internazionale;
- in Italia si trovano le università più antiche del mondo (l'Università di Bologna, la Sapienza);
- in Italia ci sono due università per stranieri (a Perugia e a Siena);
- l'Italia è il *leader* mondiale nel *design*, ci sono le migliori scuole di arte, *design*, musica, danza (Istituto Marangoni, Nuova Accademia di Belle Arti, Accademia Costume & Moda, *Domus Academy*, Istituto Europeo di *Design*, Istituto d'Arte Applicata e *Design*, Scuola del *Design* del Politecnico di Milano e altri).

Insomma, da questi argomenti nati come risposte alle domande dei ragazzi si vede che non ci si lascia più guidare dalle emozioni, ma ci si attiene alla razionalità. Parlando in termini di didattica, la motivazione estrinseca in questo caso determina la scelta e prevale su quell'intrinseca (Ryan Deci 2000: 54-67). Si decide di studiare l'italiano non perché ad uno piaccia parlarlo con amici, non perché sia una lingua melodiosa e bella, non perché si sia curiosi di capire la grammatica. Il piacere dello studio è la motivazione più forte che rende questo processo efficace e porta uno ad acquisire una lingua, invece che ad apprenderla (Krashen 1981). Ma quando questo importantissimo fattore manca, dobbiamo aiutare i nostri studenti a trovarlo nel corso della nostra collaborazione.

Usiamo il termine motivazione nella definizione di De Beni e Moé (De Beni, Moe 2000: 37) che propongono di intenderla come "una configurazione organizzata di esperienze soggettive che consente di spiegare l'inizio, la direzione, l'intensità e la persistenza di un comportamento diretto ad uno scopo". Il piacere, invece, è tra quelle esperienze soggettive e va capito come "motivazione essenzialmente legata all'emisfero destro, ma che può coinvolgere anche il sinistro divenendo, in tal modo potentissima" (Balboni 2002: 38).

Ovviamente in un contesto reale i vari tipi di motivazione si alternano, si modificano e la presenza di almeno un tipo di essa, la presenza della consapevolezza della necessità di studiare è un fattore positivo e va conservato e tutelato. Come dice Balboni, interpretando la motivazione in base ai fattori dovere, bisogno e piacere (Balboni 2002: 38-39), "vari devono essere il corso, il materiale, il modo di guidare la comprensione,

il modo di chiedere produzione linguistica; fare ogni giorno gli stessi esercizi, le stesse attività, toglie piacere e dà noia: stacca la spina della motivazione; implicito nel concetto di varietà c'è anche il piacere della novità, dell'imprevisto, dell'insolito, che Schumann pone come fattore importante nella valutazione dell'input (e quindi nella decisione di sforzarsi per acquisirlo) da parte di una mente." Trovare la motivazione intrinseca significa, quindi, trovare il piacere allo studio e alla comunicazione senza perdere l'idea dell'uso della lingua nel futuro mondo professionale (e qui veniamo a coinvolgere anche la motivazione strumentale). Vale a dire che le ore a disposizione (se parliamo dell'università) sono proprio limitate, perciò bisogna contare più sul lavoro fuori classe, quando il curriculum non prevede la possibilità di modifiche.

2. TIPOLOGIA DELLE ATTIVITÀ PROPOSTE

Allora, oltre a variare il lavoro in classe, proporremo delle attività che gli studenti potrebbero fare nel tempo libero autonomamente, individualmente o in piccoli gruppi. Le attività proposte hanno due caratteristiche principali: sono autentiche e non hanno un carattere puramente linguistico, anzi, l'attenzione dei partecipanti sarà rivolta ad altro. Le riflessioni linguistiche si discutono in classe insieme all'insegnante. I limiti di tempo per l'esecuzione delle attività progettuali possono essere vasti, ma il voto deve assolutamente far parte del punteggio finale. Se questo compito non è obbligatorio per gli studenti, potrebbe essere una possibilità per "guadagnare i punti" per chi, per vari motivi, non ha raggiunto un punteggio desiderato.

2.1. COMPITI DA SVOLGERE INSIEME A COETANEI ITALIANI

Al giorno d'oggi tutte le università hanno già o stanno per organizzare scambi Erasmus o simili. Gli studenti in arrivo fanno spesso il tirocinio nei gruppi di lingua straniera e sono una risorsa per l'insegnante. È una fortuna se trovano amici con cui parlano russo, di solito parlano inglese o italiano, anche allo studentato. Quindi attività da svolgere insieme a studenti russi che studiano italiano è un ottimo stimolo anche per loro.

Se non ci sono studenti in scambio o altri ragazzi italiani "a portata di mano", è possibile fare progetti con studenti di russo di un'università italiana partner oppure trovare madrelingua interessati su siti come conversationexchange.com, mylanguageexchange.com e altri.

I compiti possono avere riferimento a una mostra d'arte in città, un museo o un luogo di interesse, anche solo un bar o un concerto. È importante che i ragazzi russi ci vadano insieme agli italiani. Ogni parte

prepara poi un resoconto (scritto o orale) in cui si presentano foto fatte insieme e, ad esempio, una lista di 10-15 parole della lingua straniera che hanno imparato dal compagno. Le parole possono riguardare il luogo visitato oppure un certo tema o semplicemente la situazione di comunicazione. Se i ragazzi sono principianti di livello A1-A2, farà parte del compito mettersi d'accordo su dove e quando si incontrano. Se gli studenti hanno una competenza linguistica più avanzata, il compito deve essere più complicato, ad esempio parlare delle impressioni del compagno dopo la visita a teatro. È sottinteso che prima i ragazzi vanno insieme a teatro, poi si scambiano le impressioni e poi formulano un racconto in lingua straniera. In teoria, anche se non sono completamente onesti e scrivono testi in lingua madre e poi li scambiano, la necessità di parlarne in classe prevede un certo sforzo di memorizzazione.

2.2. VISITE A FIERE O AD ALTRI EVENTI SETTORIALI PROFESSIONALI, LEGATI ALL'ITALIA

Tra gli eventi in questione ci possono essere conferenze stampa, seminari, forum, conferenze ecc. Se la manifestazione è in italiano è abbastanza facile formulare un compito per gli studenti, ad esempio, parlare delle tematiche, dei partecipanti, del luogo ecc. Se invece è un evento internazionale (una fiera), il compito può essere quello di trovare partecipanti italiani, fargli delle domande e poi riferire le risposte alla classe. L'insegnante può preparare anche un questionario o assegnare ai ragazzi diversi compiti.

A Mosca le manifestazioni del genere non mancano: la Confindustria, l'ICE e le varie Camere di Commercio organizzano parecchi eventi, anche gratuiti, fiere di tutti i settori industriali vengono allestiti regolarmente. Unire il mondo del lavoro e la lingua studiata è importantissimo per fare capire ai giovani in quale contesto si troveranno dopo la laurea. Possono fare conoscenze utili e vedere con i propri occhi che quello che imparano a lezione viene usato nella vita reale. Tra gli eventi di intrattenimento ci sono i festival del cinema italiano, molto amati e frequentati da studenti.

2.3. VISITE NEI RISTORANTI/NEGOZI ITALIANI

Questo tipo di attività permette di unire l'utile e il dilettevole, cioè godere la cucina o il *design* italiano e imparare qualcosa. Il compito dipende sempre dal livello degli apprendenti e dalla loro specializzazione e può partire dall'analisi del menù e dalla descrizione dell'interno e arrivare all'analisi della strategia di *marketing*. Studenti di economia possono esprimere un giudizio sulla determinazione dei prezzi, studenti di medicina possono trarre conclusioni sul valore nutritivo dei piatti

offerti ecc. Vale a dire che per il locale scelto la visita può essere una sorta di pubblicità, così ha senso provare a mettersi d'accordo con il proprietario in anticipo e magari ottenere uno sconto.

Per fortuna, nonostante le sanzioni, ci sono ancora ristoranti e negozi italiani (almeno a Mosca e in altre città grandi), e non tutti sono cari. Così una tale visita può diventare una piccola avventura o come minimo un passatempo piacevole.

2.4. INTERVISTE CON ITALIANI CHE VIVONO IN RUSSIA (RISTORATORI, IMPRENDITORI, GIORNALISTI ECC.)

Le università cercano di organizzare conferenze con persone famose o con rappresentanti di istituzioni importanti. Ma, ovviamente, è impossibile garantire a ogni studente la possibilità di interloquire con il relatore. Possiamo dire con certezza che anche le persone invitate spesso vorrebbero dedicare più tempo ai giovani interlocutori e rispondere alle loro domande. Molti italiani che lavorano come cuochi, che si occupano di import-export trovano tempo e parlano volentieri con studenti. L'insegnante può aiutare ad affrontare queste persone e suggerire, diciamo, l'approccio corretto. L'intervista non è un compito per principianti, ma in teoria anche al livello A2 è realizzabile, soprattutto se l'insegnante offre un supporto a scegliere gli argomenti e a formulare le domande.

3. CONCLUSIONE

Il nostro essere, la politica e l'economia condizionano le nostre scelte e determinano la nostra coscienza. L'insegnante è sempre limitato dal curriculum, dalla situazione finanziaria, dal contesto culturale. Ciononostante le vie di uscita ci sono, anche se richiedono creatività, forza di volontà e intraprendenza.

Le attività proposte sopra permettono di risolvere il problema sorto in Russia negli ultimi anni, cioè il calo delle possibilità di contatto vivo dei russi con la realtà italiana. Queste occasioni, questi punti di incontro sono trovabili e vanno trovati. Gli esempi portati sopra mettono gli studenti nella situazione di comunicazione autentica con dei madrelingua nel mondo in cui la comunicazione virtuale diventa sempre più comune. Trovandosi a parlare in lingua straniera e raggiungendo l'obiettivo l'apprendente trova la motivazione intrinseca che rinforza la motivazione estrinseca, quella che lo ha portato a scegliere il suo percorso di studi.

BIBLIOGRAFIA

BALBONI, P. E. (2002), *Le sfide di Babele*, Utet, Torino.

DE BENI, R.; MOÈ, A. (2000) *Motivazione e apprendimento*, Il Mulino, Bologna.

RYAN, R. M.; DECI, E. L. (2000). "Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic definitions and new directions", *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67.

KRASHEN, S. D. (1981) *Principles and Practice in Second Language Acquisition*, Pergamon, Oxford.