

La tercera hipòtesi que es planteja aquest estudi és la influència que en la formació del sentiment d'identitat europea entre els adolescents pot tenir el fet de viatjar i conèixer altres països europeus. Influeix realment el coneixement *experiencial* en la formació de la identitat europea entre els adolescents?

Hipòtesi 3:

H3a: Els adolescents que han visitat i coneixen més països europeus posseeixen millors coneixements d'Europa.

H3b: Els adolescents que han visitat i coneixen més països europeus se senten més europeus.

1. Coneixements d'Europa i número de països visitats.

Si es té en compte el “coneixement *experiencial*”³¹, o sigui, el coneixement directe que tenen els adolescents dels diferents Estats pel fet d'haver-los visitat personalment, el primer que es constata és la correspondència existent entre el grau de coneixement acadèmic i el número de països europeus visitats pels estudiants. Així doncs, existeix una correlació moderada ($r = 0,38$) i significativa ($p < 0,001$) entre els coneixements que posseeixen els adolescents d'Europa i els països europeus visitats. Els adolescents que han visitat més països personalment, obtenen qualificacions més elevades.

³¹ Concepte utilitzat per Prats en *Los jóvenes ante el reto europeo*, 2001.

Taula 24. Coneixements d'Europa (qualificacions) segons el nombre de països visitats.

Nº PAÏSOS VISITATS	CONEIXEMENTS								Total	
	Deficients		Insuficients		Aprovats		Notables			
0	59	46,82	57	45,24	10	7,94			126	100,00
1	55	40,15	62	45,25	20	14,60			137	100,00
2	18	21,95	48	58,54	16	19,51			82	100,00
3	4	18,18	12	54,54	5	22,73	1	4,55	22	100,00
4	3	23,08	8	61,54	2	15,38			13	100,00
5	2	33,33	3	50,00	1	16,67			6	100,00
6	1	50,00	1	50,00					2	100,00
7	1	25,00	3	75,00					4	100,00
10					2	100,00			2	100,00
13					1	100,00			1	100,00
Total	143	36,20	194	49,12	57	14,43	1	0,25	395	100,00

En la taula anterior s'observa clarament que entre els adolescents enquestats que no han visitat mai cap país europeu, el percentatge de notes deficients és el més elevat. En canvi, entre els que han visitat al menys un país, augmenten els aprovats. I els joves que han visitat dos països personalment, posseeixen un percentatge d'aprovats significativament superior als anteriors. Així doncs, a mesura que els adolescents coneixen més països, saben més d'Europa, i això també es tradueix en les seves qualificacions.

Comparació amb els resultats d'altres estudis.

Com afirma l'estudi de Prats, l'experiència turística dels estudiants (número de països visitats) guarda relació d'una manera important amb el seu coneixement d'Europa. I aquesta activitat turística, el fet de viatjar, es produeix amb major o menor intensitat en funció del nivell socioeconòmic i la inquietud cultural de les famílies. (Prats, 2001).

Malgrat els resultats obtinguts en el nostre estudi, els viatges estan molt poc valorats entre els adolescents com a font dels seus coneixements d'Europa. El 26,3% creu que haver visitat un país no li aporta cap informació, el 35,2% opina que poca. Tan sols el 18,5% afirma que bastant.

Això es corrobora amb els resultats de l'estudi "Pupil's perceptions of Europe" (Convery, 1997). Entre els alumnes que van visitar altres països, el 20% afirma que no van obtenir més informació sobre Europa que l'experiència. El 51,6% reconeix que en van obtenir poca. El 26,1% creu que van adquirir gran part d'informació, i tan sols el 2,3% pensa que van rebre tota la informació que posseeixen del viatge.

Sembla ser, doncs, que els adolescents no són conscients de la importància i la influència dels viatges en el seu coneixement. Això potser es deu a què el que aprenen amb aquesta experiència ho fan de forma informal i provoca que no siguin prou reflexius amb el seu aprenentatge. Malgrat aquesta percepció per part dels estudiants, com ja s'ha mostrat, existeix una important relació entre els adolescents que han viatjat a països europeus i els resultats dels seus coneixements sobre Europa. (Prats, 2001)

Així doncs, tot i que els alumnes no considerin que aprenen molt d'Europa a través dels viatges que realitzen, existeix una correlació moderada entre el nombre de països a on s'ha viatjat i els coneixements que tenen aquests joves d'Europa. A més viatges, més coneixements.

En canvi, cal destacar que no existeix cap associació significativa entre el número de països a on s'ha viatjat i les expectatives que tenen els joves de la UE. Com a conclusió, el fet de viatjar a països europeus aporta coneixements d'Europa, però no unes millors expectatives de la Unió.

2. Nombre de països europeus visitats i sentiment d'identitat europea.

No existeix correlació o associació significativa entre el nombre de països d'Europa on s'ha viatjat i el sentiment d'identitat europea. Així doncs, el fet de viatjar aporta coneixements, però no influeix en els sentiments identitaris. Per tant, aquesta part de la hipòtesi no es corrobora.

Cal subratllar, però, que els resultats del nostre estudi es contradiuen amb els de la resta de bibliografia que tracta la qüestió. Tanmateix, cal matisar i entendre els resultats.

Comparació amb els resultats d'altres estudis.

Segons Emiliano Mencía (1996), mai el coneixement que s'obté a través d'una imatge suscitarà els sentiments d'apreciació i valoració que aporta el coneixement directe de les realitats. Els viatges d'estudi i els intercanvis escolars posen als alumnes davant les realitats geogràfiques i socioculturals perquè, mitjançant la seva visió i el contacte directe amb elles, les coneguin i les valorin millor. Els intercanvis escolars són promoguts per tota classe d'organismes i institucions. A través del Consell de Cooperació Cultural es va crear el 1990 la "Xarxa sobre Llaços i Intercanvis Escolars", que té per objecte fer efectives les iniciatives del Consell d'Europa en matèria d'intercanvis.

Segons Mencía, els viatges i els intercanvis escolars haurien de fomentar els sentiments d'identitat europea si estiguessin ben plantejats. Està demostrat que l'eficàcia formativa i identificativa dels intercanvis resulta en funció de projectes ben organitzats i curosament implementats. L'objectiu essencial del viatge no ha de ser només educatiu, sinó que ha de consistir en conèixer, entendre i valorar millor la realitat geogràfica i cultural del país que es visita, així com establir relacions personals que facilitin comportaments amistosos, de solidaritat i de cooperació entre els europeus.

El projecte anglès anomenat "School on Site" (Halocha, 1995) que suposava uns cursos per professors per fomentar la Dimensió Europea, contactes entre escoles de diferents països i utilitzava viatges d'intercanvi, va obtenir uns resultats molt positius respecte al foment de la identitat europea entre els adolescents. En l'estudi es corrobora que el fet de conèixer un lloc personalment promou l'enteniment, desenvolupa entre els joves un sentit de comunitat, fomenta la tolerància i un sentiment d'amistat, es reconeixen les similituds, i evidentment, també es fomenta la identitat europea.

Igualment, a l'estudi de Convery i altres autors (Convery, 1997) es demostra l'existent relació entre el nombre de països d'Europa visitats i el sentiment d'identitat europea entre els alumnes. En l'esmentat estudi, 9 de cada 10 joves enquestats que havien visitat altres països són pro-europeus i també se senten més europeus. En canvi, entre els que no havien visitat cap país d'Europa el 26,4% no se sent gens europeu. Cal matisar, però

que ens referim a un sentiment d'identitat llunyà i superficial, complementari del sentiment primari i identificatiu dels individus.

3. Conclusions de la hipòtesi 3.

Malgrat les aportacions de totes aquestes recerques, la tercera hipòtesi del nostre estudi no es corrobora. La inexistència de relació entre el nombre de països d'Europa visitats pels adolescents i el seu sentiment d'identitat europea, que contrasta amb els resultats de tots els estudis anteriors, tindria una clara explicació. Gairebé tots els adolescents enquestats del nostre estudi han visitat altres països per vacances, amb la família i durant molt pocs dies. Contràriament, no han realitzat intercanvis escolars ni viatges d'estudis amb el centre escolar.

Aquests resultats, malgrat que evidencien un contrast amb altres estudis, mostren que el que més influeix en la creació dels sentiments d'identitat europea entre els adolescents no és tan sols el fet de viatjar i conèixer altres països, sinó fer-ho a través de programes escolars, ben organitzats i implementats, on el que més es fomenti no sigui solament els coneixements geogràfics, històrics o culturals d'Europa, sinó establir relacions personals, crear vincles amistosos, i fomentar la tolerància i la solidaritat entre els europeus.