

Indice

IX *Introduzione*

di Paolo Balboni

- 3 CAPITOLO 1 – Dall’unità d’Italia al *made in Italy*: formazione e insegnamento delle lingue
di Enrico Borello
- 4 1.1 Insegnamento delle lingue nell’antichità
- 7 1.2 La glottodidattica nell’Ottocento.
La nascita del metodo diretto
- 8 1.3 La comparsa dei metodi diretti
- 11 1.4 Nascita e tramonto dei metodi americani
- 1.4.1 L’approccio nozionale funzionale e il ritorno all’istruzione programmata p. 15 – 1.4.2 Il Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue p. 18
- 19 1.5 Le lingue nella politica dell’Unione europea
- 21 1.6 Persuasione e media: l’insegnamento delle lingue prima e dopo l’Unità d’Italia
- 1.6.1 La scuola italiana p. 24 – 1.6.2 La tv pedagogica p. 26 – 1.6.3 L’influenza dei media p. 29
- 35 1.7 Il «sistema-Italia»
- 1.7.1 Formazione e «made in Italy» p. 37
- 45 CAPITOLO 2 – Italiani e lingue straniere: dati e proposte per il multilinguismo
di Maria Cecilia Luise
- 45 2.1 La glottodidattica come scienza «molle»

- 48 2.2 L'educazione permanente
- 51 2.3 Gli italiani e le lingue straniere: alcuni dati qualitativi
- 53 2.4 I giovani italiani e le lingue straniere:
alcuni dati quantitativi
- 56 2.5 I giovani italiani e i soggiorni di studio all'estero: gli
scambi interculturali
- 2.5.1 Il ruolo della scuola negli scambi interculturali p. 57
- 59 2.6 I giovani italiani e i soggiorni di studio all'estero:
gli scambi Erasmus
- 2.6.1 La spendibilità dei vantaggi linguistici e interculturali dati dalle espe-
rienze di scambio universitario all'estero p. 61 – 2.6.2 Plurilinguismo e interna-
zionalizzazione degli atenei p. 64
- 66 2.7 Italiani, lingue e mondo del lavoro:
«languages mean business»
- 2.7.1 Quanto valgono le competenze linguistiche per le aziende? p. 67 – 2.7.2
Le imprese italiane e le competenze linguistiche: tra domanda e offerta p. 69
– 2.7.3 Investire sulle competenze linguistiche per il mondo del lavoro: gli at-
teggiamenti e le opinioni dei datori di lavoro p. 71 – 2.7.4 Proposte italiane
ed europee per superare il gap linguistico nelle aziende e nelle imprese p. 72
- 75 2.8 Italiani e lingue straniere: le strade per
un incontro proficuo
- 79 2.9 Verso un approccio inclusivo e sistemico
al multilinguismo
- 2.9.1 Il prestigio sociale delle lingue p. 80 – 2.9.2 La presenza delle lingue
nella società p. 82 – 2.9.3 Oltre l'inglese lingua franca p. 83
- 84 2.10 La chiusura del cerchio: ritorno alla glottodidattica
- 87 CAPITOLO 3 – I pubblici delle imprese, i pubblici delle lingue.
Per una economia delle lingue
di Giulia Tardi
- 88 3.1 Le lingue di Google
- 90 3.2 I pubblici dell'impresa
- 93 3.3 Le lingue come beni
- 95 3.4 Pianificazione e politica linguistica
- 98 3.5 Chi pianifica cosa per chi e come
- 101 3.6 Le politiche linguistiche della Comunità europea
- 106 3.7 L'Unione europea e la traduzione tecnica

- 112 CAPITOLO 4 – Il fine giustifica i media
di Enrico Borello
- 112 4.1 Internet nell'apprendimento delle lingue
4.1.1 La comunicazione asincrona: l'e-tandem p. 114 – 4.1.2 «Weblog» nell'apprendimento delle lingue p. 115 – 4.1.3 Second Life p. 116 – 4.1.4 Ipermedia e didattica p. 116
- 118 4.2 Il consumo culturale
4.2.1 Il consumo mediatico degli italiani p. 119 – 4.2.2 I giovani e la cultura nell'era della comunicazione p. 122
- 123 4.3 Scuola, università e formazione in Italia
4.3.1 Latino e web p. 124
- 127 CAPITOLO 5 – Apprendere tramite i *mobile devices*
di Laura Pederzoli
- 127 5.1 Evoluzione e diffusione dei *mobile devices*
- 128 5.2 Le tendenze del mercato
- 129 5.3 I *mobile devices*
- 129 5.4 Problemi tecnici
- 130 5.5 Trovare uno standard
- 131 5.6 Verifiche di compatibilità
- 131 5.7 Nuovi orizzonti per la didattica frontale
- 132 5.8 Mobile learning
- 135 5.9 Il mondo delle *apps*: i servizi della rete attraverso i *mobile devices*
- 135 5.10 *Apps* per ogni circostanza
- 136 5.11 *Apps* per la didattica
- 138 5.12 *Apps* per la glottodidattica
- 140 5.13 Non solo Apple per le lingue
- 141 5.14 Nintendo DS e PlayStation per le lingue
- 142 5.15 Conclusioni
- 144 CAPITOLO 6 – La matrice DUMAS per la glottodidattica *e-learning* e *m-learning*
di Laura Pederzoli
- 144 6.1 Da «I tre moschettieri» alla glottodidattica in Rete
6.1.1 (D)iffusione p. 146 – 6.1.2 (U)nificazione p. 150 – 6.1.3 (M)olteplice unità p. 154 – 6.1.4 (A)ltrove p. 159 – 6.1.5 (S)correvolezza p. 163

VIII

Indice

- 168 6.2 La certificazione *Matrice DUMAS*
172 6.3 Il marchio *Matrice DUMAS*
172 6.4 Scheda d'analisi della *comunicabilità* di un sito web
e di una *mobile app*
180 6.5 Un esempio di analisi
- 193 *Riferimenti bibliografici*
199 *Riferimenti sitografici*