

## *Indice*

- XI* *Introduzione* Lingue e tecnologie multimediali e di e-learning  
nella politica linguistica e nelle realizzazioni  
operative dell'Unione Europea
- 3 PARTE PRIMA – Il consumo culturale di lingue in Italia  
*di Enrico Borello*
- 5 CAPITOLO 1 – Il consumo culturale e il mercato dei «media»
- 6 1.1 Il terziario avanzato e le lingue  
1.1.1 Il mercato e la traduzione, p. 7
- 9 1.2 Evoluzione del consumo in Italia  
1.2.1 I nuovi consumatori, p. 11
- 13 1.3 Il consumo culturale
- 15 1.4 La comunicazione scritta e gli altri media
- 18 1.5 La produzione libraria italiana
- 21 1.6 L'apparato comunicativo nei giornali  
1.6.1 La diffusione dei giornali, p. 22 – 1.6.2 I periodici, p. 23
- 25 1.7 L'evoluzione del consumo radiotelevisivo  
1.7.1 Verso la scelta, p. 27 – 1.7.2 Gli anni della contestazione, p. 28  
– 1.7.3 La tv multicanale, p. 29
- 30 1.8 Le emittenti televisive locali
- 32 1.9 Il consumo mediatico degli italiani  
1.9.1 La spesa per ricreazione e cultura, p. 35

- 37 CAPITOLO 2 – Corsi di lingua diffusi sui «media»
- 38 2.1 Edicolare  
2.1.1 Corsi a fascicoli, p. 38 – 2.1.2 Allegati giornalieri, p. 41 – 2.1.3 Allegati settimanali, p. 44
- 50 2.2 Corsi televisivi e Internet  
2.2.1 Il divertinglese, p. 51
- 52 2.3 Scuole  
2.3.1 Il gruppo Shenker, p. 52 – 2.3.2 Wall Street Institute, p. 58 –  
2.3.3 British Institutes, p. 64 – 2.3.4 Il franchising in Italia, p. 65
- 67 Riferimenti bibliografici
- 69 PARTE SECONDA – Il consumo di italiano per stranieri  
*di Maria Cecilia Luise*
- 71 CAPITOLO 3 – Il pubblico dell'italiano come L2
- 72 3.1 La presenza di stranieri in Italia
- 72 3.2 Gli immigrati in Italia: dati quantitativi
- 73 3.3 Gli immigrati in Italia: dati qualitativi  
3.3.1 I livelli di istruzione, p. 74 – 3.3.2 La condizione lavorativa,  
p. 75 – 3.3.3 La domanda di credito al consumo degli immigrati,  
p. 76 – 3.3.4 Gli immigrati in Italia e la domanda culturale: alcune  
osservazioni, p. 77 – 3.3.5 L'italiano L2: il punto di vista degli im-  
migrati, p. 79
- 81 3.4 Gli studenti stranieri nel sistema di istruzione italiano  
3.4.1 Gli studenti stranieri nella scuola italiana, p. 81 – 3.4.2 Gli stu-  
denti stranieri nell'università italiana, p. 83 – 3.4.3 Gli studenti stra-  
nieri Erasmus, p. 84 – 3.4.4 Gli studenti stranieri nel sistema di istru-  
zione italiano e la domanda culturale: alcune osservazioni, p. 85
- 86 3.5 Altri studenti stranieri: il turismo per studio  
3.5.1 I «turisti studenti» e la domanda culturale: alcune osservazio-  
ni, p. 87
- 89 CAPITOLO 4 – L'offerta di italiano L2
- 90 4.1 La scuola
- 91 4.2 I Centri Territoriali Permanenti  
4.2.1 Gli studenti stranieri nei Centri Territoriali Permanenti, p. 92 –  
4.2.2 L'insegnamento dell'italiano tra alfabetismo e analfabetismo,  
p. 94

- 95 4.3 Gli Enti Locali, le associazioni private e i Centri Interculturali  
4.3.1 L'insegnamento dell'italiano nei Centri Interculturali: prospettive, p. 97
- 98 4.4 Le Università per Stranieri
- 99 4.5 I Centri Linguistici universitari  
4.5.1 L'offerta di italiano a stranieri dei Centri Linguistici universitari, p. 101 – 4.5.2 Il profilo degli studenti Erasmus e in scambio nei centri linguistici: un'indagine al CLA di Firenze, p. 103 – 4.5.3 Chi insegna nei Centri Linguistici universitari, p. 105 – 4.5.4 L'insegnamento dell'italiano nei Centri Linguistici universitari: osservazioni generali, p. 107
- 108 4.6 Il «turismo accademico»: il caso delle università americane in Italia  
4.6.1 Caratteristiche degli studenti americani in Italia, p. 110 – 4.6.2 L'insegnamento dell'italiano nei programmi americani in Italia, p. 112
- 114 4.7 Le scuole private di italiano  
4.7.1 L'offerta delle scuole private di italiano a stranieri, p. 117 – 4.7.2 Gli studenti delle scuole private di italiano a stranieri, p. 119 – 4.7.3 Le scuole private di italiano: questioni aperte, p. 121
- 122 4.8 La Società Dante Alighieri
- 123 4.9 Le certificazioni di italiano a stranieri  
4.9.1 Le certificazioni di italiano: osservazioni generali, p. 126
- 127 Riferimenti bibliografici
- 129 PARTE TERZA – Univirtual e le lingue
- 131 CAPITOLO 5 – Il ruolo dell'e-learning nella risposta alla domanda sociale di lingue  
*di Paolo E. Balboni*
- 132 5.1 Lingua straniera, lingua seconda, lingua etnica  
5.1.1 Presenza nell'ambiente, p. 132 – 5.1.2 Selezione e graduazione dell'input, p. 133 – 5.1.3 Presenza di elementi di cultura e civiltà, p. 134 – 5.1.4 La figura del docente, p. 135 – 5.1.5 Tipo di attività didattiche, p. 136 – 5.1.6 Curricolo e programmazione didattica, p. 138 – 5.1.7 Testing e valutazione, p. 138 – 5.1.8 Conclusione, p. 140

- 140 5.2 Le tecnologie nelle relazioni interne all'atto didattico  
 5.2.1 Tecnologie e relazione interne al polo «studente», p. 141 –  
 5.2.2 Tecnologie e relazione interne al polo «insegnante», p. 142 –  
 5.2.3 Tecnologie e relazione interne al polo «lingua/cultura», p.  
 143 – 5.2.4 Tecnologie e relazione tra «studente» e «lingua/cultura»,  
 p. 144 – 5.2.5 Tecnologie e relazione tra «studente» e «insegnante»,  
 p. 145 – 5.2.6 Tecnologie e relazione tra «insegnante» e  
 «lingua/cultura», p. 146
- 146 5.3 Condizioni per la comunicazione negli ambienti didattici  
 virtuali  
 5.3.1 «Comunicare» in rete, p. 147 – 5.3.2 L'«evento comunicativo»  
 in rete, p. 149 – 5.3.3 «S» come setting, «luogo fisico», p. 150 –  
 5.3.4 «S» come «scena culturale», p. 150 – 5.3.5 «P» come «partec-  
 ipanti» all'evento comunicativo e «K» come key, «chiave psicolo-  
 gica», p. 151 – 5.3.6 «E» come «esiti», cioè conseguimento di sco-  
 pi, p. 152 – 5.3.7 «G» come «genere comunicativo», p. 152
- 153 Riferimenti bibliografici
- 154 CAPITOLO 6 – Le lingue straniere on line  
*di Vanessa Moi*
- 154 6.1 Un percorso attraverso l'offerta di lingue on line  
 6.1.1 I primi risultati della ricerca sul web, p. 155 – 6.1.2 Le lingue  
 principali, p. 156
- 159 6.2 Le risorse per l'apprendimento su Internet  
 6.2.1 I corsi di lingua on line, p. 159 – 6.2.2 Altri tipi di risorse lin-  
 guistiche, p. 161 – 6.2.3 Strumenti integrativi per l'apprendimento  
 sulla rete, p. 163 – 6.2.4 Il target, p. 164
- 165 6.3 Le pagine web per l'apprendimento delle lingue  
 6.3.1 I siti dedicati alle lingue, p. 165 – 6.3.2 Le principali lingue  
 europee, p. 167 – 6.3.3 Le altre lingue, p. 167
- 168 6.4 L'analisi delle risorse linguistiche  
 6.4.1 Il British Council, p. 169 – 6.4.2 RFI – Radio France Interna-  
 zionale, p. 172 – 6.4.3 Il Goethe Institut, p. 178 – 6.4.4 LiveManda-  
 rin, p. 185
- 191 CAPITOLO 7 – L'italiano per stranieri on line  
*di Paola Celentin*
- 191 7.1 I destinatari dei corsi di italiano per stranieri on line  
 7.1.1 Gli studenti di italiano LS all'estero, p. 192 – 7.1.2 Gli appren-  
 denti di italiano L2 in Italia, p. 192

- 193 7.2 Elementi di analisi dei corsi di italiano per stranieri on line  
7.2.1 Aspetti tecnici, p. 193 7.2.2 Aspetti grafici, p. 193 – 7.2.3  
Aspetti glottodidattici, p. 194
- 195 7.3 L'offerta di corsi di italiano per stranieri on line  
7.3.1 Un corso gratuito: «Dentro l'Italiano», p. 195 7.3.2 Un corso  
a pagamento: «Italian for you», p. 197
- 199 7.4 Il «consumo» dei corsi di italiano per stranieri on line
- 200 7.5 Conclusioni
- 200 Sitografia
- 201 Riferimenti bibliografici
- 203 CONCLUSIONI  
*di Enrico Borello, Maria Cecilia Luise*
- 213 Riferimenti bibliografici
- 217 APPENDICE 1 – I giovani e la cultura  
*di Silvia Mannori*
- 218 A1.1 La lettura: piacere o dovere?
- 223 A1.2 La conoscenza informatica
- 231 A1.3 La formazione linguistica  
A1.3.1 Vacanze studio, p. 231 – A1.3.2 Soggiorni alla pari, p. 232 –  
A1.3.3 Campi di lavoro, p. 232 – A1.3.4 Erasmus, p. 232
- 233 A1.4 Specializzazioni
- 234 A1.5 Master
- 239 A1.6 Spese sostenute dalle famiglie per l'istruzione e la  
formazione  
A1.6.1 Confronto tra spesa per istituti privati e spesa per istituti  
pubblici, p. 240
- 241 APPENDICE 2 – I media  
*di Enrico Borello*
- 250 APPENDICE 3 – Siti di corsi di lingua straniera  
*di Vanessa Moi*
- 250 A3.1 Multilingue  
A3.1.1 Informazioni, elenchi di risorse e servizi, p. 250 – A3.1.2  
Virtual Communities, p. 253 – A3.1.3 Risorse per l'apprendimento  
delle lingue, p. 254 – A3.1.4 Risorse dedicate ai bambini, p. 256

- 257 A3.2 Inglese
- 262 A3.3 Francese
- 264 A3.4 Tedesco
- 265 A3.5 Spagnolo
- 267 A3.6 Cinese, giapponese e arabo
  - A3.6.1 Cinese, p. 267 – A3.6.2 Giapponese, p. 268 – A3.6.3 Arabo, p. 268