# Mediazione linguistica per l’accoglienza turistica internazionale

## Prof.ssa Alessandra Lombardi

***OBIETTIVO DEL CORSO***

Il corso intende contribuire allo sviluppo delle competenze di metodo necessarie a una gestione qualificata della comunicazione professionale (in L2) nei diversi comparti dell’accoglienza turistica. Partendo da una riflessione sul concetto di “ospitalità linguistica” e da una panoramica degli ambiti dell’accoglienza turistica che richiedono interventi mirati di mediazione linguistica e culturale, l’insegnamento si propone di avvicinare gli studenti alle caratteristiche tipologico-testuali proprie dei generi comunicativi per così dire *prototipici* dell’accoglienza turistica rivolta a un pubblico internazionale e di fornire strumenti conoscitivi e critici utili per:

1. indagare e comprendere le dinamiche socio-culturali che concorrono a determinare l’immagine che viaggiatori provenienti da diversi paesi hanno dell’Italia come destinazione turistica;
2. mettere a fuoco le esigenze e le aspettative di accoglienza (anche linguistica) dei diversi tipi di viaggiatori sullo sfondo del contesto socio-culturale di provenienza;
3. progettare interventi comunicativi mirati ed efficaci nelle diverse lingue in considerazione del momento di contatto (fase del viaggio), del canale/strumento di comunicazione prescelto e delle finalità comunicative e operative di volta in volta perseguite da operatori e organizzazioni turistiche.

***RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

*Conoscenza e comprensione*

Al termine dell’insegnamento lo studente conoscerà:

1. le principali tendenze e i cambiamenti in atto nell’ambito dell’accoglienza turistica internazionale;
2. i luoghi, i canali, gli strumenti comunicativi e i principali generi testuali (scritti, orali e multimediali) della comunicazione turistica rivolta a un pubblico internazionale;
3. il profilo di competenze e gli specifici ambiti operativi del “mediatore linguistico-culturale” nel settore del turismo.

*Capacità di applicare conoscenza e comprensione*

Al termine dell’insegnamento lo studente sarà in grado di:

1. riconoscere le forme espressive (strategie testuali e stili di parola) corrispondenti alle intenzioni comunicative dell’accoglienza turistica odierna (nelle sue diverse e più innovative articolazioni) e saprà individuare quelle più idonee a soddisfare i bisogni informativi (ed esperienziali) di visitatori provenienti da diversi contesti linguistico-culturali;
2. comprendere l’importanza strategica delle competenze di mediazione linguistica e culturale per costruire una relazione *positiva* con l’ospite straniero in *tutte* le fasi dell’esperienza turistica e attraverso tutti i canali di comunicazione oggi disponibili;
3. valutare in modo critico e consapevole gli effetti pragmatici di interventi comunicativi “non mediati” e i requisiti di qualità che i supporti comunicativi in L2 dovrebbero invece soddisfare per agevolare la scoperta e l’esperienza diretta di un luogo-destinazione da parte di un’utenza turistica internazionale.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Mediante l’analisi di casi studio relativi a “situazioni comunicative tipo” (gestione del contatto diretto con l’ospite straniero presso uffici turistici pubblici o strutture ricettive private, o nell’ambito di visite guidate condotte in esterno, alla scoperta delle attrattive territoriali, oppure presso musei o aziende, soprattutto del settore agroalimentare, come ad es. cantine o frantoi), si proporrà una riflessione critica sul profilo di competenze richiesto all’esperto linguistico che opera nel settore dell’ospitalità e nei servizi di accoglienza turistica in Italia; esaminando alcuni casi pratici attinenti alle proprie lingue di studio, gli studenti si eserciteranno a identificare gli elementi culturalmente rilevanti e a individuare le strategie linguistiche e comunicative ritenute di volta in volta più adeguate a soddisfare le richieste e le aspettative di viaggiatori provenienti dai contesti linguistico-culturali esaminati.

***BIBLIOGRAFIA***

Lombardi, A. (2014): “*Hier kommen alle auf ihre Kosten. Comunicare e tradurre l’identità di un territorio nell’era del turismo globale. Nuove sfide (e opportunità) per le professioni linguistiche”* [disponibile online: <http://www.mediazioni.sitlec.unibo.it/index.php/no-16-2014/96-dossier-traduzione-specializzata-2014.html>]

Ulteriori indicazioni bibliografiche (saggi monografici relativi all’area linguistico-culturale di interesse del singolo studente) verranno comunicate alla fine delle lezioni e con avviso su Blackboard. I materiali didattici utilizzati a lezione saranno resi disponibili su Blackboard nel corso del semestre.

In preparazione al corso si consiglia la lettura del saggio di Hermann Hesse “*Sul viaggiare”* (1904), contenuto nel volume *Camminare*, Piano B edizioni, 2015, pp. 7-21.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso, di impostazione seminariale, prevede anche incontri con testimonial (professionisti delle lingue che operano in diversi ambiti dell’accoglienza turistica), coinvolti in qualità di “ambasciatori di buone prassi comunicative a contatto con un’utenza turistica internazionale”. E’ inoltre prevista la partecipazione degli studenti ad attività di didattica integrativa (a progetto) in collaborazione con enti del territorio (previa disponibilità dei partner normalmente coinvolti).

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Ai fini della valutazione finale, per la verifica della capacità di applicazione delle conoscenze apprese (v. punto 2), lo studente dovrà presentare un elaborato individuale a scelta fra le seguenti tipologie, da inoltrare alla docente (in formato .pdf o .mp4) almeno 15 giorni prima della data dell’appello a cui intende iscriversi:

1. approfondimento di un *caso studio* fra quelli analizzati nel corso (con riferimento a un’area linguistico-culturale di interesse), da elaborare in forma di *breve saggio argomentativo* (max. 3 pagine);
2. *video-presentazione* (in L2) di un piatto/prodotto enogastronomico tipico della propria regione di provenienza (con particolare focus sulle strategie di mediazione linguistico-culturale dei *realia* enogastronomici);
3. *breve relazione* (sintesi critica e ragionata, di max. 3 pagine) sui contenuti di uno degli incontri con i *testimonial* intervenuti a lezione.

La prova d’esame, che si svolge in forma orale, intende:

1. accertare la conoscenza dei contenuti trattati durante il corso e della letteratura specialistica indicata in bibliografia (50% della valutazione complessiva);
2. verificare la capacità di rielaborazione critica e “in chiave proattiva” delle conoscenze teoriche e metodologiche approfondite nel corso delle lezioni e delle riflessioni e strategie operative emerse dal confronto con i professionisti coinvolti in qualità di testimonial (valutazione dell’elaborato individuale e relativa esposizione, restante 50%).

Lo studente dovrà inoltre dar prova di saper riconoscere e interpretare in modo adeguato i diversi fattori che possono determinare il successo o l’insuccesso dell’interazione (scritta/orale o mediata) con turisti/ospiti provenienti dai contesti linguistico-culturali di propria competenza.

Costituiscono ulteriori elementi di valutazione: l’appropriatezza linguistica, la capacità di argomentare in modo rigoroso e pertinente, sulla base degli stimoli offerti nel corso dell’interazione, esprimendo anche considerazioni e riflessioni personali.

***PREREQUISITI***

Non sono richiesti prerequisiti per la partecipazione al corso. E’ tuttavia auspicabile che lo studente abbia frequentato con profitto il corso di “Strategie comunicative” di entrambe le lingue di studio e le relative esercitazioni di “traduzione turistica”.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Durante il periodo di lezione la prof.ssa Lombardi riceve gli studenti nel suo studio secondo l’orario indicato nella pagina docente (eventuali variazioni saranno comunicate nella sezione Avvisi della stessa). Per qualsiasi informazione la si può contattare tramite la mail istituzionale: [alessandra.lombardi@unicatt.it](mailto:alessandra.lombardi@unicatt.it).