|  |
| --- |
| **SCHEDA INSEGNAMENTO** |

Traduzione lingua inglese con prova scritta

|  |  |
| --- | --- |
| Corso di studi di riferimento | LM94/1 |
| Dipartimento di riferimento | Studi Umanistici |
| Settore Scientifico Disciplinare | L-LIN/12 |
| Crediti Formativi Universitari | 6 |
| Ore di attività frontale | 36 |
| Ore di studio individuale |  |
| Anno di corso | 1 |
| Semestre | 1 |
| Lingua di erogazione | Inglese |
| Percorso |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Prerequisiti | Superamento del test d'ammissione per LM/94. Livello di inglese CEFR: B2+. Gli studenti devono avere già una conoscenza della comunicazione interculturale. Si consiglia una lettura del testo, Katan, David (2004/2014), *Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*, Routledge, London. Capitoli: 9-12 |
| Contenuti | **Il testo:** Gli emementi di un testo comunicativo (7 standards, Beauogrande & Dressler)  **Il contesto**: lingua-cultura, text/context (E.T. Hall, Malinowski)  **Il lettore:** insider/outsider (Deedes), model/ ideal/ empirical reader (Bachtin, Eco, Katan)  **Narrative theory**: map of world/gaze , stance, Appraisal Theory, Metamodel  **Text types/genre: Greimas**, Translation theory e text types  **I languaggi del turismo:** popularisation (Gotti, Fina), collocations, inclusive language/accessibility; il Barocco e il linguaggio del Salento |
| Obiettivi formativi | 1. competenza linguistica di livello C1 in lingua inglese;  2. saper riconoscere e analizzare i generi testuali e individuare i patterns del discorso.  3. competenza nella stesura di elaborati scritti in inglese accademico, con particolare riferimento alla struttura, la coerenza e alla coesione dei paragrafi;  4. capacità di parlare in pubblico (*public speaking*) in lingua inglese in qualità di guida turistica; usando strategie di ‘popularisation’ per un pubblico internazionale  4. competenza interculturale, capacità di interagire e cooperare con ‘l’altro’ per una comunicazione efficace applicando le strategie necessarie alla decodificazione del messaggio, contestualizzandolo nella situazione a cui si riferisce;  5. competenze relative al “tourist gaze”, ovvero la prospettiva con la quale il turista percepisce e valuta ‘l’altro’ con particolare riferimento alla percezione dell’Italia e della Puglia;  6. conoscenza del linguaggio specializzato in un campo del turismo del territorio (p.e. architettura, ambiente, gastronomia, tradizioni). |
| Metodi didattici | Lezioni frontali, lavori di gruppo, project-work, laboratori e seminari |
| Modalità d’esame | Per i non frequenti (o per coloro che frequentano per meno di 28 ore) e richiesta una sintesi in 8 cartelle (minimo 2000 parole) del libro *Translating Cultures* Capitoli: 1-6 e 9-12. (idoneità)    L’esame si articolerà in quattro parti:  1. GET4 (idoneità e propedeutico alla prova scritta). Abilità (passiva) della lingua inglese scritta  domande sui principali punti grammaticali e lessicali della lingua.  GET4 è propedeutico alla prova scritta.  2. Assignment (25%). In gruppi di 3-4. Abilità (attiva) della lingua inglese scritta; Conoscenza e applicazione di generi testuali e strategie di popularisation,  a Glossary (termini inerenti al campo del turismo). 25 term minimum  b. analisi della testualita’ cross-culturale di 2 guide turistiche (testo madre lingua v testo tradotto). 500-750 words/person.  c. elaborazione di una guida turistica (zona locale) per un utente internazionale. Un oggetto /facciata / quadro / … per persona. 500-750 words/person.  Criteri di valutazione:  – Abilità di redigere testi in lingua inglese  - Coerenza dei contenuti  - Appropriata applicazione di concetti esposti durante il corso  – Capacità di lavorare in gruppo  3. Prova scritta (25%) (propedeutico alla prova orale). Abilità (attiva) della lingua inglese scritta  *Watching the English* - tema di circa 400 parole  Criteri di valutazione:  – Abilità di redigere testi in lingua inglese  - Coerenza dei contenuti  4. Prova Orale (50%) Abilità (attiva) della lingua inglese orale; conoscenza dei concetti specializzati in un campo del discorso turistico; strategie di poplarisation  Guida turistica (10 min.)  Criteri di valutazione:  – Abilità di produrre un discorso coinvolgente  - Abilità di trasformare un linguaggio specialistica in un linguaggio accessibile  - Coerenza dei contenuti  - Abilità di rispondere a domande da un pubblico internazionale non specializzato.  5. Language Portfolio. Abilità (attiva) della lingua inglese orale e l’abilità comunicativa  Il portfolio è obbligatorio per la convalida del voto finale:  (idoneo: +0; molto soddisfacente: +1 punto; eccellente: +2 punti).  Lo studente deve dimostrare un livello orale pare a C1+.  Criteri di valutazione:  -partecipazione al teletandem (p.e. con University of Miami)  - ore con il lettore, altre esercitazione curriculari  **oppure**  - abilità di rendersi conto del tempo speso sulle “esercitazioni individuali” in lingua inglese, che possono essere articolate come segue:  - conferenze/seminari in lingua inglese  -ascolto/visione/lettura di materiale in lingua inglese |
| Programma esteso |  |
| Testi di riferimento | De Beaugrande, R. A. & Dressler, W.U. (1981) Introduction to Text Linguistics, London, Longman  Fox, K. 2004. *Watching the English: The Hidden Rules of English Behaviour*. London: Hodder & Stoughton.  Francesconi, S. 2007 *English for Tourist Promotion: Italy in British Tourism Texts*, Hoepli, Milano.  Hall, E.T. (1976) Beyond Culture, Anchor Press/ Doubleday, New York  Katan D. 2004/2014. *Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*, Routledge, London. Capitoli 1-6.  Manca, E. (2016) *Persuasion in Tourism Discourse: Methodologies and Models*, Cambridge Scholars Publishing,: Cambridge.  Mann, M e S. Taylore-Knowles 2008, *Destination C1 & C2*, Macmillan, London |
| Altre informazioni utili | La frequenza delle lezioni è basilare per eseguire i “lavori in gruppo”. Altre informazioni disponibili su FOL e nel phonebook |