

**Recensione: Pavesi, Maria, & Ghia, Elisa (2020). *Informal contact with English. A case study of Italian postgraduate students*. Edizioni ETS.**

**GIULIA STAGGINI**  
Università degli studi di Genova

Book Review

Received 9 March 2021; accepted after revisions 18 March 2021

---

**ABSTRACT**

- IT** *Informal Contact with English. A case study of Italian postgraduate students* tratta dell'acquisizione informale della lingua inglese in contesto italiano. Il volume, infatti, dopo una rassegna dei principali studi acquisizionali attorno al tema, illustra e descrive i risultati dell'indagine condotta su studenti dell'Università di Pavia riguardo al loro rapporto con media e input in lingua inglese. Il testo presenta un focus specifico sui benefici e sull'impatto dei testi audiovisivi in generale, e dei testi audiovisivi sottotitolati in particolare.
- Parole chiave:** ACQUISIZIONE INFORMALE, LINGUISTICA ACQUISIZIONALE, LINGUA INGLESE, INPUT AUDIOVISIVI
- EN** *Informal Contact with English. A case study of Italian postgraduate students* examines informal English acquisition in the Italian context. After a review of major studies of informal acquisition, the volume describes the results of a study conducted with students at the Università di Pavia (Italy) regarding their engagement with English-language media. Specifically, the text focuses on the benefits and impact of input from audiovisual materials and, in particular, audiovisual materials with subtitles.
- Key words:** INFORMAL ACQUISITION, ACQUISITIONAL LINGUISTICS, ENGLISH LANGUAGE, AUDIOVISUAL INPUT
- ES** *Informal Contact with English. A case study of Italian postgraduate students* se ocupa de la adquisición informal de la lengua inglesa en el contexto italiano. Tras un análisis de los principales estudios adquisicionales sobre el tema, el volumen ilustra y describe los resultados de una investigación llevada a cabo con estudiantes de la Universidad de Pavia (Italia) sobre su relación con los medios y el *input* en lengua inglesa. El texto se centra especialmente en los beneficios y el impacto del *input* procedente de materiales audiovisuales, en particular, de aquellos que incluyen subtítulos.
- Palabras clave:** ADQUISICIÓN INFORMAL, LINGÜÍSTICA ADQUISICIONAL, LENGUA INGLESA, INPUT AUDIOVISUAL

Il volume di Maria Pavesi ed Elisa Ghia, *Informal Contact with English. A Case Study of Italian Postgraduate Students* (Edizioni ETS), ha come obiettivi principali: illustrare lo status dell'acquisizione informale della lingua inglese in vari contesti culturali, geografici e sociolinguistici; riflettere sulle modalità attraverso cui avviene il contatto informale con la lingua inglese da parte di studenti universitari italiani; analizzare gli strumenti e i mezzi attraverso cui tale contatto avviene; indagare il profilo di coloro che accedono informalmente alla lingua inglese (e alle lingue LOTE: *languages other than English*); analizzare eventuali *pattern* che prevedano le tendenze comportamentali degli studenti nella fruizione di input in inglese; indagare l'efficacia percepita dagli studenti nel processo di acquisizione della L2.

Il volume si rivolge principalmente ad accademici e ricercatori dei settori della linguistica acquisizionale, della didattica delle lingue moderne e della linguistica educativa; tuttavia, i dati illustrati potrebbero risultare particolarmente interessanti anche per le comunità di pratica dei docenti universitari e dei collaboratori esperti linguistici nella didattica della lingua inglese poiché, come specificato da Pavesi e Ghia, i contesti di apprendimento sono sempre più fluidi e meno rigidamente distinti tra formali ed informali.

Il volume è diviso idealmente in due parti: i primi due capitoli costituiscono la premessa teorica entro cui si iscrive la ricerca condotta, che è illustrata nei restanti capitoli. La prima parte tratta dello status attuale della lingua inglese in vari contesti culturali e geografici, e descrive le ricerche attorno al tema dell'acquisizione informale presenti nella letteratura scientifica. La seconda parte del volume, invece, si focalizza sul caso studio e analizza: le motivazioni per cui la ricerca è stata condotta; gli obiettivi perseguiti; le metodologie applicate sia in fase di somministrazione del questionario che in fase di analisi dei dati; le implicazioni acquisizionali derivate dall'analisi dei risultati ottenuti.

Nello specifico, il Capitolo 1 intitolato, "The Macro-Context: English in a Globalised World", illustra come e quanto i paesaggi linguistici di vari contesti culturali siano cambiati recentemente e, con essi, la lingua inglese. L'inglese non può essere definito come un'unica lingua né come un insieme di varietà, bensì come: "una serie di fenomeni eterogenei" (Ferguson, 2015, p. 12), il cui status sociolinguistico ne permette la definizione di "multilingua franca", perché la lingua inglese è usata in contesti plurilingui e fa parte del repertorio linguistico dei parlanti plurilingui, indipendentemente dall'uso o meno che essi ne fanno a livello interattivo. L'inglese è, infatti la lingua della comunicazione internazionale, l'unica lingua ipercentrale (De Swaan, 2001) che, grazie ai media tecnologici e digitali, continua a diffondersi sempre di più, senza limiti spazio-temporali. Pavesi e Ghia sottolineano che, nonostante il ruolo ipercentrale dell'inglese, gli investimenti effettuati per il suo apprendimento e insegnamento sono inferiori rispetto alle aspettative in vari contesti, tra cui quello italiano. Secondo indagini statistiche recenti (Eurostat, 2016; Gazzola, 2014), il tasso di esclusione linguistica risulta ancora elevato e la competenza linguistica in lingue diverse dalla lingua-madre risulta essere bassa tra i cittadini italiani, specialmente se paragonata alla *competence* (e anche alla *performance*) dei cittadini nord europei, a conferma del fatto che il divario europeo Nord-Sud esiste e persiste. A livello statistico, tuttavia, emerge un altro dato significativo: il contatto con l'inglese avviene sempre di più attraverso modalità informali; in particolare, attraverso media come internet, la televisione e la radio, ed attività come la lettura e i viaggi (Eurobarometer, 2012). Tra i media, internet ricopre un ruolo predominante anche nella fruizione di quegli input, come film e serie, che precedentemente sfruttavano piattaforme differenti. Andando ad analizzare il contesto italiano, non solo si può notare un allineamento rispetto ai trend appena menzionati; ma, secondo le indagini INVALSI 2019, esperienze di contatto informale con l'inglese sembrerebbero essere alla base di *performance* migliori, specialmente nelle abilità di comprensione orale e scritta.

Nel Capitolo 2, "Informal Language Learning", Pavesi e Ghia ripercorrono gli studi acquisizionali riguardo all'apprendimento informale presenti in letteratura. Anzitutto, analizzano le varie etichette che sono state date a tale tipo di acquisizione linguistica: da *out-of-school* a *out-of-the classroom*; da *extramural* a *extracurricular*. Inoltre, Benson (2011) conia l'etichetta LBC (*Language Learning Beyond the Classroom*) che indica un modello di apprendimento informale a quattro variabili: luogo, tipo di didattica, grado di formalità, attività di controllo. Se tutte queste definizioni ruotano attorno alla variabile spazio, nel modello di Sockett (2014), OILE (*Online Informal Learning of English*), è la variabile intenzionalità a giocare un ruolo essenziale, perché l'apprendimento informale viene definito come quel tipo di acquisizione linguistica in cui non c'è un obiettivo esplicito di apprendimento di una L2, ma semplicemente la volontà di comunicare. La distinzione tra apprendimento accidentale e intenzionale era già stata proposta da Hulstijn (2003) che sosteneva che questo tipo di acquisizione linguistica si basasse sul fatto che l'attenzione dell'apprendente non è sulla forma della lingua, ma sulla semantica, sul significato. Dopo aver definito, secondo varie prospettive, l'apprendimento informale, Pavesi e Ghia specificano che apprendimento informale non significa

apprendimento dei registri informali; anzi, molti media e *input* che fungono da canale di contatto informale con la lingua presentano molteplici varietà diacroniche, diastratiche e diatopiche di inglese (tuttavia, con una preponderanza di registri colloquiali). Tra tutti gli input accessibili, i testi audiovisivi sono tra quelli più fruiti e i cui benefici sono stati maggiormente studiati in letteratura, si pensi agli studi di Caruana a Malta (2006), e a quelli di Arnbjörnsdóttir e Ingvarsdóttir (2018) in Islanda. Difatti, indipendentemente dal medium usato (il web, il cinema, la televisione), la multimodalità e la complessità semiotica dei testi audiovisivi favoriscono l'acquisizione informale della L2, in particolar modo, delle abilità di comprensione orale e di comunicazione interazionale.

“An Italian Case Study: Aims, Questionnaire and Participants” è il titolo del terzo capitolo che introduce gli obiettivi, i partecipanti e il questionario al centro dello studio condotto. L'indagine, inizialmente parte del progetto di ricerca MIGRA-TI-N (2015-2017) dell'Università di Pavia, si basa su due principali domande di ricerca, chiaramente esplicitate dalle autrici: 1) Qual è il grado di esposizione informale all'inglese del campione di studenti universitari italiani? 2) Qual è il tasso di esposizione informale all'inglese tra gli studenti universitari italiani attraverso gli input di natura audiovisiva (in particolare, testi sottotitolati)? Come viene chiarito dalle domande di ricerca, il profilo su cui lo studio si incentra riguarda gli studenti universitari italiani, in particolare studenti delle lauree magistrali (in Psicologia, Ingegneria, Farmacia, Biologia, Chimica, Scienze Politiche, Matematica e altre) perché meno esposti ad un insegnamento formale della lingua inglese (avendo solitamente già terminato la formazione linguistica) e con maggiori esperienze all'estero, ad esempio: partecipazione a programmi Erasmus, scambi internazionali, periodi di studio e/o lavoro in paesi esteri. Inoltre, questo profilo di apprendenti, ovvero giovani adulti, è stato al centro di studi paralleli sul contatto informale con l'inglese condotti in altri Paesi. Gli studenti intervistati ( $n = 305$ ) sono dell'Università di Pavia, un ateneo di media grandezza, multidisciplinare con studenti provenienti da varie regioni d'Italia e, per questi motivi, adatto a fare da sfondo all'indagine. Il questionario, strumento ampiamente usato nell'ambito degli studi acquisizionali, è stato ideato con l'intento di esplicitare il grado di esposizione all'inglese, le risorse utilizzate e preferite dagli studenti nel contatto con la lingua e i benefici percepiti dagli stessi a livello linguistico. Il questionario consta di 83 domande, sia aperte che chiuse, ed è suddiviso in tre parti: la prima indaga sociolinguisticamente gli informanti; la seconda si incentra sul contatto con l'inglese attraverso film e serie TV e web; l'ultima analizza il rapporto degli studenti con altri media come YouTube, i social network, i blog e i videogiochi. Il capitolo si chiude con un'istantanea del profilo degli intervistati: la maggioranza ha iniziato a studiare inglese alle scuole primarie; due terzi dichiarano di avere un livello B1/B2 di inglese e soltanto il 16% dichiara di avere un livello avanzato; circa la metà degli intervistati dichiara di conoscere due lingue straniere e soltanto il 23% più di due.

Il Capitolo 4, “Informal Exposure to English. Sources of Input, Patterns of Access, Participant Profiles”, analizza i dati sul contatto informale degli studenti con l'inglese attraverso vari media, cercando di delineare il grado di esposizione alla lingua e le modalità attraverso cui questo si esplica. In generale, i media più utilizzati in inglese sono: le pagine web (92%), i testi delle canzoni (87%), i social network (79%), YouTube (77%), film, serie web e TV, programmi web e TV (71%). Tra i media meno utilizzati nella L2, invece, si collocano: forum e blog (22%-30%), videogiochi (25%) e email (19%). Pavesi e Ghia sottolineano che l'accesso ad un determinato *input* non è necessariamente direttamente proporzionale alla durata di fruizione: YouTube, ad esempio, per la natura stessa dei contenuti proposti, viene fruito per meno di 30 minuti per sessione da circa il 40% degli studenti intervistati. Al contrario, i film e le serie (fruite sempre di più in modalità *binge watching*) prevedono durate di esposizioni più prolungate. Interessanti sono i dati riguardanti l'interazione: il 46% degli intervistati ha dichiarato di interagire in inglese e la maggioranza di loro lo fa attraverso la mediazione della macchina, confermando quanto la *computer-human interaction* stia assumendo un ruolo essenziale oggi. Sulla base dei dati ottenuti, dei tassi di esposizione e durata, e applicando i principi dell'analisi fattoriale, Ghia e Pavesi individuano tre *cluster* con l'obiettivo di identificare i tratti latenti e comuni al modo in cui gli intervistati entrano in contatto con la lingua inglese. Il primo gruppo, caratterizzato dal fattore internet, raggruppa tutte le risorse tradizionalmente fruito online: videogiochi, social media, blog e forum. Il secondo *cluster* riguarda tutti gli input che presentano testi audiovisivi: film, serie, programmi, videogiochi. Il terzo gruppo è caratterizzato dal fattore interazione: social network, blog, forum. Mentre all'interno dei primi due *cluster* è possibile osservare delle correlazioni tra le variabili proposte, il terzo gruppo non presenta *pattern* che siano in grado di prevedere le tendenze comportamentali degli utenti nel contatto con la lingua inglese. In base alla durata e alla frequenza di esposizione ad *input* in inglese, le autrici hanno suddiviso gli intervistati tra due poli: utenti/apprendenti ad alta esposizione (6%) ed utenti/apprendenti a bassa esposizione (21%). La stragrande maggioranza (73%) si attesta come utente a

media esposizione. Tuttavia, applicando gli stessi principi di calcolo ai soli *input* audiovisivi, si nota che gli intervistati ad alta esposizione sono il 51%, a conferma del fatto che questo tipo di *input* è tra i più significativi nello studio sul contatto informale con la lingua inglese.

Il Capitolo 5, infatti, è interamente incentrato sui dati raccolti a partire dalle 34 domande del questionario dedicate agli *input* audiovisivi e, in particolare, ad *input* sottotitolati. Anzitutto, le autrici evidenziano un dato importante: i cambiamenti di piattaforma nella fruizione di film e serie. Le piattaforme *internet-based*, infatti, coerentemente con altri studi recentemente condotti in letteratura, vengono preferite dalla maggioranza degli intervistati rispetto alla televisione oppure al cinema, perché maggiormente accessibili, perché permettono modalità di *binge-watching* e *re-watching*, e perché offrono varie combinazioni di lingue e sottotitoli. Dei 216 studenti che hanno risposto di fruire frequentemente di audiovisivi, il 54% ha dichiarato di guardare film sia in lingua originale (in inglese, quindi) che nella versione doppiata in italiano. Soltanto il 22% predilige guardare sempre la versione originale. I principali motivi dichiarati dagli studenti nella scelta della versione in inglese rispetto a quella doppiata riguardano: il desiderio di imparare la lingua e la volontà di coglierne sfumature sia di natura prettamente linguistica che soprasedimentale, preferendo l'autenticità dell'interpretazione e delle voci degli attori a quelle dei doppiatori italiani, la cui qualità, tuttavia, non viene messa in discussione dagli intervistati. Per quanto riguarda le serie web e TV, fruite in maggior quantità rispetto ai film, le percentuali sono simili, tuttavia, si riscontra un numero maggiore di intervistati (pari al 32%) che preferisce guardarle in lingua originale. Similmente ai film, i motivi dichiarati riguardano principalmente la volontà di apprendere l'inglese. Pavesi e Ghia, poi, illustrano i dati riguardo ai sottotitoli: la maggioranza degli intervistati ne fa uso sia nel caso di film (87%), sia nel caso di serie TV (83%), principalmente per migliorare la comprensione del testo, sia nel caso di sottotitoli intralinguistici che interlinguistici. Rispetto a questi ultimi, 75 studenti hanno dichiarato di sceglierli per motivazioni legate anche all'analisi della resa traduttiva. Tra i fattori che invece fanno propendere per la scelta di non usare i sottotitoli troviamo: la difficoltà di lettura, dovuta alla scarsa permanenza in video, e la natura distrattiva del testo stesso. Tra i generi filmici preferiti, si riportano: la commedia, i film e le serie d'azione e d'avventura, e i *thriller*. Infine, nel capitolo, si descrivono i risultati riguardo alla percezione dei benefici da parte degli studenti: circa l'80% ha affermato di aver migliorato la propria competenza nella L2 dopo l'esposizione a *input* audiovisivi. In particolare, sono state indicate le abilità di comprensione orale, di arricchimento lessicale e di interazione comunicativa come quelle maggiormente migliorate.

Il sesto capitolo, "Assessing English Informally: Italian Postgraduate Students in a Wider Context", analizza il profilo generale risultante dai dati ottenuti con la somministrazione del questionario e mette in evidenza parallelismi e differenze rispetto ad altri contesti culturali. In particolare, le autrici rilevano come l'interesse suscitato dai media, e soprattutto, da quelli di natura audiovisiva, sia trasversale, indipendente dagli interessi curriculari degli studenti che, eccetto nel caso di coloro che fanno parte dei dipartimenti di Filologia e Linguistica, sono poco affini alle discipline linguistiche. Inoltre, si evidenzia il carattere piuttosto ricettivo anziché interattivo delle attività preferite, tutte caratterizzate però dalla multimodalità. Le medesime tendenze si riscontrano anche nei Paesi europei che, per tradizione, usano il doppiaggio e in cui, quindi, c'è una minor possibilità di esposizione ad *input* audiovisivi in inglese: Francia e Germania, ad esempio. Kusyk (2017) ha condotto delle indagini su larga scala su studenti universitari che si avvicinavano al modello OILE e ha rilevato come anche in questi contesti culturali prevalgano attività di tipo ricettivo (guardare serie e film, accedere a YouTube, leggere pagine web) a discapito di quelle interattive. Lievi discrepanze si notano nella scrittura delle email, a cui gli studenti tedeschi sono più abituati, e nella fruizione dei social media, perché gli intervistati italiani hanno dichiarato di usare anche l'inglese molto più assiduamente rispetto agli intervistati di Francia e Germania. Differenti sono, invece, i livelli di competenza riscontrati: gli studenti tedeschi, infatti, hanno un livello superiore rispetto alla media di italiani e francesi. Ciò influisce anche sulle modalità di accesso a film e serie: mentre gli studenti tedeschi preferiscono non aggiungere i sottotitoli, gli studenti francesi optano per sottotitoli interlinguistici e quelli italiani propendono leggermente per i sottotitoli intralinguistici. Nell'Europa del nord, invece, l'esposizione all'inglese risulta maggiore e di natura più interattiva, confermando il divario Nord-Sud riguardante l'accessibilità e l'accesso a risorse plurilingui. Infine, le autrici, dopo aver passato in rassegna vari studi che sostengono i benefici degli *input* audiovisivi rispetto all'acquisizione linguistica, dedicano spazio anche a speculazioni sull'ESP (*English for Specific Purposes*), cioè sull'inglese settoriale. Gli audiovisivi, difatti, sono risorse utili ed efficaci anche per apprendere gerghi e linguaggi specifici, ad esempio: il linguaggio della fisica e della scienza (*The Big Bang Theory*), il gergo medico (*Grey's Anatomy*), il lessico tecnologico (*Sherlock*).

Il Capitolo 7, “Shifting Landscapes”, oltre a fare da chiosa al volume, offre interessanti spunti per riflessioni future specialmente riguardo al sottile confine tra ESL (*English as a Second Language*), EFL (*English as a Foreign Language*) e ELF (*English as a Lingua Franca*), e all’impiego sempre più massiccio di risorse online, specialmente nel periodo storico contingente che stiamo vivendo.

Il volume di Pavesi e Ghia ben esplicita le metodologie applicate in fase di ricerca e di raccolta dati, manifestando in modo trasparente i limiti del questionario sottoposto: mancanza di parametri per la valutazione dell’intensità e della frequenza per alcune attività quali l’ascolto della musica e la consultazione di pagine web; la probabile sopravvalutazione della *competence* in inglese da parte degli intervistati; l’alterazione delle risposte date dagli studenti in base alle aspettative percepite; limiti, per altro comuni a molte indagini basate sulla somministrazione di questionari. Inoltre, a questa chiarezza e trasparenza metodologica corrisponde una chiarezza espositiva che rende questa pubblicazione coerente con gli obiettivi dichiarati. In conclusione, il volume non soltanto risulta estremamente interessante ma è anche significativo poiché getta le basi per ricerche più approfondite sull’apprendimento informale in contesto italiano, contesto su cui ancora risultano scarse le indagini presenti in letteratura.

### Riferimenti bibliografici

- Arnbjörnsdóttir, Birna, & Ingvarsdóttir, Hafþís (Eds.). (2018). *Language development across the life span. The impact of English on education and work in Iceland*. Springer International Publishing.
- Benson, Phil (2011). *Language learning and teaching beyond the classroom: An introduction to the field*. In Benson, Phil & Reinders, Hayo (Eds.), *Beyond the language classroom* (pp. 7–16). Palgrave Macmillan.
- Caruana, Sandro (2006). *Trilingualism in Malta. Maltese, English and italiano televisivo*. *International Journal of Multilingualism*, 3(3), 159–172.
- De Swaan, Abram (2001). *Words of the world: The global language system*. Polity Press.
- Eurobarometer (2012). *Special Eurobarometer 386: Europeans and their languages*. European Commission.
- Eurostat (2016). *Eurostat*. Disponibile a: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php>
- Ferguson, Gibson (2015). *Introduction: attitudes to English*. In, Andrew Linn, Neil Bermel, & Gibson Ferguson, (Eds.), *Attitudes towards English in Europe* (Vol. 2) (pp. 3–24.). Mouton De Gruyter.
- Gazzola, Michele (2014). Partecipazione, esclusione linguistica e traduzione: Una valutazione del regime linguistico dell’Unione europea. *Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, 43(2), 227–264.
- Hulstijn, Jan H. (2003). *Incidental and intentional learning*. In Catherine J. Doughty, & Michael H. Long (Eds.), *The Handbook of Second Language Acquisition* (pp. 349–381). Cambridge University Press.
- INVALSI (2019). *Rapporto Prove INVALSI 2019*. Disponibile e: <https://invalsi-areaprove.cineca.it>
- Kusyk, Meryl (2017). *Les dynamiques du développement de l’anglais au travers d’activités informelles en ligne: une étude exploratoire auprès d’étudiants français et allemands*. [Tesi di dottorato non pubblicata]. University of Strasbourg/Karlsruhe University of Education.
- Sockett, Geoffrey (2014). *The online informal learning of English*. Palgrave MacMillan.

**Giulia Staggini**, Università degli studi di Genova  
stagginiggiulia@gmail.com

---

- IT** | **Giulia Staggini** è dottoranda in Digital Humanities presso l'Università degli studi di Genova. I suoi interessi di ricerca includono: la didattica delle lingue moderne con approcci multimodali; l'applicazione di *input* di realtà virtuale e immersiva all'insegnamento delle lingue; e la glottodidattica accessibile per apprendenti con disturbi specifici dell'apprendimento e bisogni linguistici specifici. Ha esperienza nell'insegnamento dell'italiano a stranieri (Università della Tuscia) ed è cultrice di lingua e traduzione inglese (Università per Stranieri di Siena). È coautrice dell'*Edizione Nazionale delle Traduzioni delle Opere Italiane nel Mondo* (Entradit.it).
- EN** | **Giulia Staggini** is a Ph.D. candidate in Digital Humanities at the Università degli studi di Genova. Her research interests include: modern language teaching through multimodal approaches; the application of virtual and immersive reality inputs to language teaching; and accessible language teaching for learners with specific learning disabilities and specific language needs. She has experience in teaching Italian to foreigners (University of Tuscia) and is an English language and translation expert (University for Foreigners of Siena). She is co-author of the *Edizione Nazionale delle Traduzioni delle Opere Italiane nel Mondo* (National Edition of Translations of Italian Works in the World; Entradit.it).
- ES** | **Giulia Staggini** es estudiante de posgrado en Digital Humanities en la Universidad de Génova. Sus intereses de investigación incluyen: la didáctica de las lenguas modernas desde una perspectiva multimodal; la aplicación de *input* de realidad virtual e immersiva a la enseñanza de lenguas; y la glotodidáctica accesible para los discentes con trastornos específicos de aprendizaje y necesidades educativas especiales. Tiene experiencia en la enseñanza del italiano a extranjeros (Universidad de la Tuscia) y es experta en lengua y traducción inglesa (Universidad para extranjeros de Siena). Es co-autora de la *Edizione Nazionale delle Traduzioni delle Opere Italiane nel Mondo* (Entradit.it).