

Qualità, Innovazione e Networking nell'apprendimento delle Lingue

Linee Guida per la Formazione degli Adulti

basate sull'esperienza maturata dai progetti assegnatari del
Label Europeo delle Lingue



Contenuti

1. Il Label Europeo delle Lingue – informazioni generali	3
1.1 Che cos'è il Label Europeo delle Lingue?	4
1.2 Impatto del Label Europeo delle Lingue.....	6
2. Gestire la qualità delle iniziative di insegnamento delle lingue.....	8
2.1 Introduzione ai principi qualitativi.....	9
Cosa s'intende per 'qualità'?	9
Quali aspetti di un progetto linguistico necessitano di essere presi in considerazione nella valutazione della sua qualità	11
Garanzia e gestione della qualità	13
Principi qualitativi nei progetti destinati alla formazione degli adulti	14
2.2 Criteri, standard e indicatori.....	16
Casi di studio – progetti destinati alla formazione degli adulti	19
2.3 Metodi e procedure.....	21
Casi di studio – metodi e procedure nella formazione degli adulti	23
2.4 Strumenti per la gestione della qualità.....	24
Checklist per la qualità dei progetti linguistici	25
Buone prassi di progetti destinati alla formazione degli adulti.....	27
2.5 Follow up.....	28
Cosa si intende per “follow-up” nei progetti?	28
Follow-up relativo al Label Europeo delle Lingue.....	29
Attività di follow-up nei progetti assegnatari del Label.....	29
Follow up - esempi di buone prassi.....	30
Lunga vita ai progetti!	31
2.6 Motivare gli studenti e i docenti di lingue.....	32
La motivazione è una variabile indipendente?	32
Motivazione – una chiave di volta nei processi di insegnamento/ apprendimento	33
Strategie motivazionali applicate a differenti settori educativi	34
Aspettative soddisfatte e disattese	35
Motivazione – esempi di buone prassi dalla formazione degli adulti.....	36
3. Networking tra Iniziative linguistiche che hanno ottenuto il Label Europeo delle Lingue	37
3.1 Disseminazione, valorizzazione, sostenibilità.....	38
3.2 Attività di networking tra le iniziative assegnatarie del Label.....	44
3.3 Il networking, il Label e la formazione degli adulti Networking.....	49

1. Il Label Europeo delle Lingue - informazioni generali

Autore: Pixel, Italia

1.1 Che cosa è il Label Europeo delle Lingue?

Obiettivi

Il Label Europeo delle Lingue (ELL) è un premio che incoraggia e supporta nuove iniziative nel campo dell'insegnamento e dell'apprendimento delle lingue, diffondendo la consapevolezza della loro esistenza e promuovendo, così, le buone prassi in questo specifico ambito. Il Label è aperto a tutte le tipologie di progetti, a prescindere dall'età degli studenti o dalla metodologia utilizzata, dal momento che il suo obiettivo principale è quello di promuovere l'innovazione.



Sostenendo progetti innovativi a livello locale e nazionale, il Label mira ad elevare gli standard di insegnamento delle lingue in Europa. Ogni anno, il Label viene assegnato in ogni Paese ai progetti più innovativi nell'ambito dell'apprendimento e dell'insegnamento linguistico. Tale riconoscimento è coordinato dalla Commissione europea, ma gestito dai singoli Stati membri attraverso le [Agenzie Nazionali](#).

Criteri

I progetti vengono selezionati in base a criteri concordati a livello europeo. Le priorità annuali, invece, vengono selezionate sia a livello europeo che a livello nazionale. I criteri europei sono i seguenti:



- le iniziative dovrebbero essere comprensibili: ogni elemento del progetto linguistico deve garantire che le esigenze degli studenti vengano ben identificate e soddisfatte;
- le iniziative dovrebbero fornire un valore aggiunto nel loro contesto nazionale: questo comporta un miglioramento tangibile della didattica o dell'apprendimento delle lingue, in termini quantitativi e qualitativi;
- le iniziative dovrebbe motivare gli studenti e gli insegnanti a migliorare le loro competenze linguistiche;
- le iniziative dovrebbero essere originali e creative, introducendo metodi precedentemente sconosciuti nell'apprendimento e nell'insegnamento delle lingue e assicurando che tali metodi risultino appropriati per gli studenti destinatari;
- le iniziative dovrebbero avere un' enfasi europea, tenere conto della diversità linguistica dell'Europa e fare tesoro di quest'ultima;
- le iniziative dovrebbero essere trasferibili ed essere potenzialmente fonte di ispirazione per altre iniziative di lingua in altri Paesi.

Priorità

Ogni anno la Commissione Europea propone specifiche priorità per l'assegnazione del Label Europeo delle Lingue. Queste priorità si riferiscono a principi politici e strategici, che risultano essere alla base della promozione e del miglioramento dell'insegnamento e dell'apprendimento delle lingue in Europa.

Per la campagna 2012-2013, le priorità della Commissione Europea sono state:

- l'apprendimento delle lingue basato sulle nuove tecnologie
- le classi multilinguistiche

In conformità con le priorità stabilite dalla Commissione Europea, le Agenzie Nazionali possono individuare più specifiche priorità nazionali, che risultano rilevanti per il miglioramento dell'apprendimento delle lingue nei rispettivi Paesi.

Timing

Nei singoli stati membri, le campagne Label vengono organizzate dalle Agenzie Nazionali, che pubblicano un bando nazionale per l'assegnazione del premio.

Le campagne Label forniscono informazioni sugli obiettivi del premio, sulle vigenti priorità europee e nazionali, sui criteri di selezione e sulle modalità di partecipazione. Le campagne Label sono organizzate in diversi periodi dell'anno, in modo che anche i termini per la presentazione delle domande possano variare.



Procedura di selezione

In ogni Stato membro, il Label Europeo delle Lingue viene assegnato da un comitato o da una giuria, il cui compito è quello di selezionare quei progetti che meglio soddisfano le esigenze e le priorità europee.

Premi

In tutti i paesi Europei partecipanti, il Label viene concesso sotto forma di certificato. I vincitori hanno, inoltre, diritto ad utilizzare il logo del Label nelle loro comunicazioni e/o pubblicazioni. In alcuni paesi, i premi vengono assegnati da sponsor nazionali.

Maggiori informazioni

Per maggiori informazioni relative al Label Europeo delle Lingue:


- **Commissione Europea**
Pagina web ufficiale del Label:
http://ec.europa.eu/languages/european-language-label/index_en.htm;
- **Agenzie Nazionali**
Le Agenzie Nazionali responsabili del Label:
http://nellip.pixel-online.org/EUL_national_agencies.php.

1.2 Impatto del Label Europeo delle Lingue

Il Label Europeo delle lingue è rilevante per il settore dell'istruzione scolastica per i seguenti motivi:

Il Label europeo delle lingue garantisce una maggiore visibilità per i progetti linguistici e le istituzioni promotrici: un motivo per presentare la candidatura al Label Europeo delle Lingue è quello di elevare il profilo del progetto e dell'istituzione promotrice. Se, poi, i progetti vengono presentati in occasione di eventi nazionali ed internazionali dedicati all'insegnamento delle lingue, ottengono maggiore visibilità. Tali eventi sono spesso organizzati in collaborazione con l'Agenzia nazionale competente o con la Commissione Europea. I progetti ottengono, inoltre, una maggiore visibilità grazie alla possibilità di essere inclusi nel [Database Europeo dei progetti di qualità](#), disponibile nella sezione Multilinguismo del sito della Commissione Europea. Inoltre, dopo aver ricevuto il Label Europeo delle Lingue, diversi progetti ricevono riconoscimento e pubblicità nei media locali e/o nazionali.

Esempio:

	<p>"Despertar a las lenguas" era volto a stabilire un piano d'azione per l'innovazione in aula, sviluppando una metodologia che favorisce l'acquisizione di competenze multilingue e interculturali, aumentando la consapevolezza degli studenti riguardo l'esistenza delle lingue europee e preparandoli alla diversità linguistica e culturale con la creazione di atteggiamenti positivi in altre lingue e culture.</p>
---	--

Il Label Europeo delle Lingue ha contribuito alla visibilità del progetto Despertar a las Lenguas. Ad esempio, sono stati pubblicati alcuni articoli sulla stampa locale e nazionale sul progetto e sulla vincita del premio. Inoltre, il Label Europeo delle Lingue ha garantito una maggiore visibilità per il progetto, che è stato selezionato dall'Agenzia Nazionale lituana in occasione della cerimonia Label dei Label, che si è tenuta a Cipro il 26-28 settembre 2012, in coincidenza con la Giornata europea delle lingue

Il Label Europeo delle Lingue aumenta la motivazione del personale coinvolto nel progetto: ottenere il riconoscimento del Label può aiutare gli insegnanti ad acquisire una maggiore consapevolezza del proprio ruolo. Le iniziative che le scuole intraprendono dipendono anche dal loro impatto sulla motivazione del personale coinvolto ed un dovuto riconoscimento del tempo e dell'energia che il personale investe in queste attività diventa essenziale. Il Label Europeo delle Lingue può avere un impatto importante sulla motivazione degli insegnanti: coloro che hanno preso

parte al progetto ricevono un riconoscimento ufficiale, coloro che non hanno preso parte al progetto possono iniziare a chiedere informazioni sui risultati e sull'impatto del progetto stesso. L'assegnazione del Label Europeo delle lingue può avere lo stesso effetto su studenti e genitori, che comprendono il valore di tale premio e possono essere motivati a parteciparvi.

Il Label europeo delle lingue contribuisce ad una maggiore sostenibilità del progetto: ci sono vari modi in cui il Label Europeo delle lingue può contribuire a una maggiore sostenibilità del progetto assegnatario. Ad esempio, un progetto vincitore può avere migliori opportunità di follow-up in attività correlate o in progetti successivi. Infatti, alcuni dei progetti vincitori hanno presentato domanda ed ottenuto ulteriori finanziamenti nell'ambito del Programma Leonardo da Vinci "Transfer of Innovation". Il Label Europeo delle Lingue può anche avere un effetto rivitalizzante sull'istituto promotore, contribuendo al suo consolidamento, motivando gli insegnanti, creando le condizioni per un ulteriore sfruttamento del progetto. In terzo luogo, l'ottenimento del premio può aiutare l'istituto promotore ad identificare ulteriori finanziamenti per proseguire la propria attività. Infine, premiando le buone prassi e valorizzando la qualità, il Label Europeo delle Lingue favorisce il mantenimento e l'ulteriore sviluppo dei progetti.

Esempio:



Secondo l'ente promotore del progetto "[Languages for Healthcare](#)" attraverso l'apprendimento delle lingue straniere il personale medico sviluppa una migliore comprensione delle persone provenienti da culture diverse, al fine di tener conto dei desideri e delle esigenze dei pazienti. Il successo del programma è confermato dal gran numero di personale medico iscritto ai corsi di lingue.

Oltre a migliorare la visibilità del progetto, il Label Europeo delle Lingue ha contribuito alla sua sostenibilità. L'iniziativa è diventata parte integrante dell'attività dell'ente promotore ed ha sviluppato un sistema multilingue di orientamento per i pazienti. I servizi di interpretariato, facilitati dall'assegnazione del premio, sono anche molto apprezzati in diversi reparti dell'ospedale.

2. Gestire la qualità delle iniziative di apprendimento linguistico

Autori:

EAQUALS, Regno Unito

Omnia, Finlandia

Fågelskolan, Svezia

KUTU, Bulgaria

Prosper-Ase, Romania

Public Service Language Centre, Lituania

Università di Extremadura, Spagna

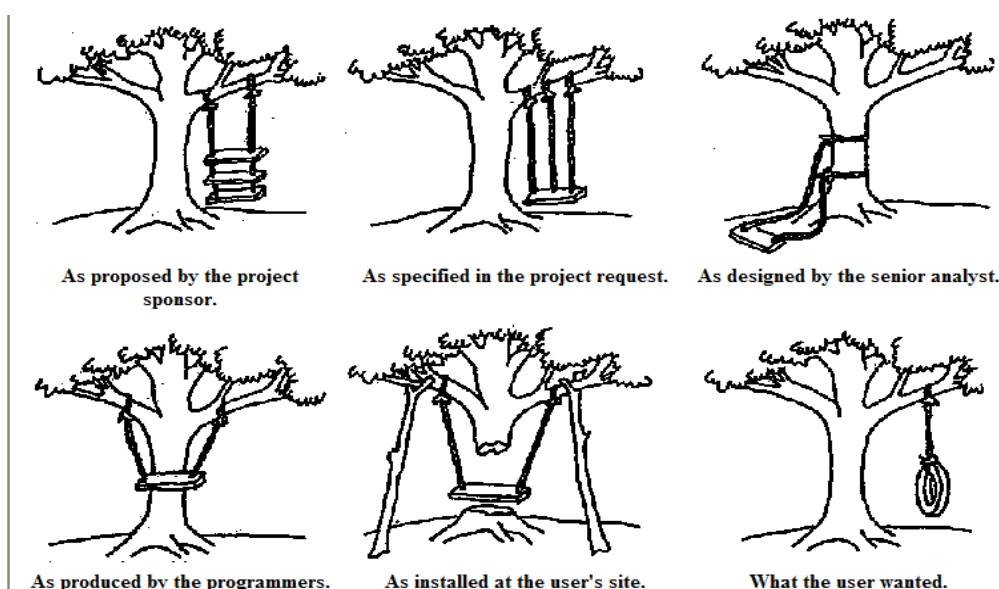
2.1 Introduzione ai principi qualitativi

Cosa s'intende per "qualità"

"Qualità" è un termine abusato, spesso associato a beni di largo consumo o a servizi quali un soggiorno in un albergo, o un pasto in un ristorante. Ma cosa s'intende, in realtà, per qualità? Come può essere misurata, e quali sono le implicazioni per i progetti di formazione linguistica? Sono alcune delle tematiche affrontate in questa prima sezione, che andrà a verificare come i criteri utilizzati per la selezione dei progetti assegnatari del Label Europeo delle Lingue si riferiscono direttamente alle definizioni di qualità.

Una semplice definizione offerta da Oakland¹ è che per qualità s'intende semplicemente "soddisfare le esigenze del cliente". Una definizione meno semplice è stata proposta da Feigenbaum: "per qualità s'intende la soddisfazione del cliente basata su una sua reale esperienza di un prodotto o di un servizio, misurata in funzione delle sue esigenze - dichiarate o non dichiarate, coscienti o semplicemente latenti". A partire da queste definizioni, la qualità è strettamente legata alla "customer satisfaction": i clienti sono coloro che decidono quali beni e servizi sono di alta o bassa qualità, scelta che non spetta né ai fornitori di un servizio né ai creatori di un prodotto.

Una vignette riprodotta nel libro di Oakland illustra questo punto :

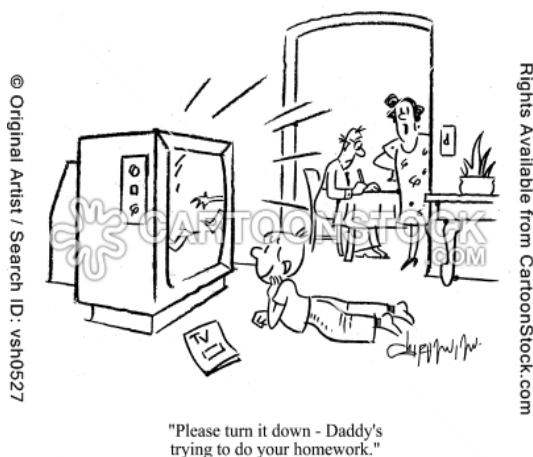


Morale della favola: è possibile investire tempo e fatica in un prodotto o servizio, senza necessariamente arrivare vicini a fornire al cliente quello che vuole e che avrebbe considerato di alta qualità.

¹ Oakland, John. 1991. *Total Quality Management*. Butterworth-Heinemann

Chi è il “cliente” dei progetti linguistici?

È importante considerare chi sono i clienti o beneficiari dei progetti linguistici. Come per l'istruzione - e la formazione in generale - ci possono essere più beneficiari, ma l'attenzione maggiore si focalizza sullo studente, nella fattispecie studente di lingua. Dietro a ciascun gruppo di “clienti” c'è spesso un altro gruppo o un semplice individuo. Nel caso degli studenti a scuola, dietro di loro ci sono i genitori che direttamente o indirettamente (attraverso le tasse) pagano per l'istruzione dei propri figli. Nell'educazione degli adulti e nella formazione aziendale, i datori di lavoro o gli enti governativi possono pagare per il servizio. Infine, ci sono portatori di interesse, quali possono essere il Ministero dell'Istruzione o i dirigenti scolastici, da considerare come “clienti” indiretti.



L'implicazione maggiore è che l'offerta formativa, compresi i progetti di educazione linguistica, hanno bisogno di incontrare o, preferibilmente superare, le aspettative di tutti questi clienti. Implicazione non facile da rispettare, dal momento che le aspettative delle diverse categorie possono contraddirsi a vicenda. L'esempio classico è la divergenza di opinione tra i giovani studenti a scuola, che vogliono essere intrattenuti in maniera “attiva”, e i loro genitori, la cui preoccupazione riguarda essenzialmente i risultati degli esami, la correttezza grammaticale e la sussistenza di un adeguato livello di conoscenza della lingua.

Naturalmente, soprattutto in un servizio complesso quale quello dell'istruzione, può non essere così facile per i clienti definire o sapere esattamente quello che vogliono. Essi sono più propensi a riconoscere ciò che non vogliono.

In che modo i criteri utilizzati nella selezione dei progetti assegnatari del Label Europeo delle Lingue sono in sintonia con i principi qualitativi?

I criteri di assegnazione del Label Europeo delle Lingue sono stati discussi nella prima sezione. Secondo tali criteri, i progetti devono:

- **essere comprensibili**, ovvero ogni elemento del progetto dovrebbe assicurare che i bisogni degli studenti vengano identificati e soddisfatti
- **motivare** gli studenti e i docenti a migliorare le loro competenze linguistiche
- essere **originali e creativi**
- fornire un **valore aggiunto** nei loro contesti nazionali
- avere un' **enfasi europea**
- essere una **fonte di ispirazione** per altre iniziative linguistiche in diversi Paesi

Solo i primi due di questi criteri si riferiscono direttamente al cliente primario, lo studente di lingua. Gli altri criteri hanno più a che fare con tematiche nazionali ed europee e con principi quali l'originalità, la creatività e la trasferibilità.

Quali aspetti di un progetto linguistico devono essere considerati nel valutare la sua qualità?

Questa sotto-sezione esamina i progetti di educazione linguistica da un punto di vista prettamente qualitativo, con riferimento ad alcune iniziative realizzate nel Regno Unito e in Germania.

La qualità non è legata ad un singolo aspetto di un progetto, ma a tutti gli aspetti che ne fanno parte. Ogni elemento è interdipendente con gli altri: se c'è, dunque, un anello debole nella "catena della qualità", sarà inevitabilmente influenzata la qualità complessiva del progetto stesso. Di seguito, alcuni degli aspetti principali da prendere in considerazione.

a) Chi sono i potenziali beneficiari del progetto?

Gli studenti di lingua sono i principali "clienti": le loro esigenze e la loro visione di quello che per loro potrà essere un risultato vantaggioso derivante dal progetto linguistico stesso sono gli elementi da prendere in grandissima considerazione. Se opportuno e possibile, altri gruppi di clienti - come i genitori o, nella formazione professionale, i datori di lavoro - dovrebbero essere ascoltati. In molti casi gli studenti vengono consultati prima che il progetto sia completamente pianificato. Coloro che creano il progetto devono conoscere nello specifico gli studenti e comprendere le loro esigenze motivazionali.

Esempi: nel progetto [Citizenship & Language Pack project](#) (Germania 2012), il focus è stato quello di fornire materiali per migranti adulti che imparano tedesco, italiano, spagnolo o lingue meno insegnate come lituano, ceco e greco.

Nel progetto [Guthan nan Eilean: Island Voices](#) (UK 2007), i gruppi target erano rappresentati da comunità che desiderano imparare il gaelico scozzese, in particolare quelle localizzate sulle isole scozzesi delle Ebridi.

b) Quali sono le origini e l'obiettivo del progetto? Che cosa ha ispirato l'iniziativa? A quale bisogno di apprendimento essa risponde?

Heyworth² sottolinea come "i progetti sono diversi dal lavoro ordinario. Essi sono destinati a cambiare le cose", o, almeno, quelle che necessitano di essere cambiate. Certo, anche un progetto di classe di due ore dovrebbe rappresentare un cambiamento dal lavoro consuetudinario che si svolge in aula. Il tipo di progetto in discussione deve essere effettuato per una buona ragione educativa, non semplicemente perché è visto come un modo per rendere la vita più interessante agli insegnanti, o per vincere un Label Europeo delle Lingue.

c) Quali sono gli obiettivi specifici ed i risultati del progetto durante e dopo il suo "ciclo di vita"?

I risultati raggiunti durante e dopo la fine del progetto devono essere attentamente presi in considerazione in modo da assicurare che siano realizzabili e utili per gli studenti. Inoltre, tali risultati devono essere misurabili in modo che possano essere correttamente valutati: un progetto di buona qualità avrà obiettivi intermedi che possano anche essere valutati. Ad esempio, in [a Web-based Course in Norwegian](#)

² Heyworth, Frank. 2002. *A Guide to Project Management*. Graz: European Centre for Modern Languages. See <http://www.ecml.at/tabid/277/PublicationID/39/Default.aspx>

(Estonia 2009) l'obiettivo era quello di sviluppare nuovi materiali didattici online per l'insegnamento del norvegese in Lituania e altrove.

d) Vi è una disponibilità di risorse finanziarie atta ad eseguire un progetto con simili obiettivi?

Questo è solitamente una domanda che pone non poche perplessità: alcuni progetti richiedono poche risorse, a maggior ragione se stimolano gli studenti a lavorare in modo diverso durante le ore di lezione. Ma un progetto che va oltre l'apprendimento scolastico giorno per giorno di solito richiede un finanziamento supplementare. Non vi è alcun senso nel pianificare un progetto, qualora l'ente promotore fosse sicuro di trovare il denaro necessario all'interno del bilancio istituzionale, attraverso il contributo dell'Agenzia Nazionale, ottenendo un aiuto dai genitori o dagli stessi studenti, attingendo ai fondi internazionali come quelli forniti dalla Commissione Europea nell'ambito del programma Lifelong Learning.

e) Come viene concepito il progetto, e chi ne è coinvolto?

La definizione di un progetto include vari aspetti legati agli obiettivi da raggiungere:

- **Lunghezza:** i progetti hanno di solito una durata fissa, o almeno una scadenza in corrispondenza della quale avrà luogo un riesame prima di poter procedere alla sua realizzazione. Un progetto può essere di breve o lungo termine, a tempo determinato o indeterminato
- **Partecipanti:** si va da progetti che possono coinvolgere una singola classe di studenti o unico gruppo di insegnanti (in Primary Language Podcasting, i destinatari erano insegnanti delle scuole primarie del nord-est dell'Inghilterra) a progetti che possono coinvolgere diverse istituzioni
- **Metodi e processi:** ancora una volta questi dipendono dagli obiettivi e dai risultati attesi del progetto. Alcuni progetti prevedono semplicemente un diverso metodo di apprendimento (per esempio, una miscela tra lavoro di classe e apprendimento on-line), altri invitano gli studenti coinvolti ad usare le loro competenze linguistiche nell'ambito di attività rivolte alla loro comunità di appartenenza, o a visitare un altro paese. Altri ancora comportano la produzione di nuove risorse atte ad aiutare insegnanti e studenti. Ogni obiettivo richiede un approccio diverso alla gestione della qualità del progetto. L' iniziativa "Fashion International" ha coinvolto insegnanti di diverse scuole nello sviluppo di nuovi materiali didattici della lingua francese incentrati sul mondo della moda, condividendoli con gli insegnanti di altre scuole, e utilizzando materiali creati da altri insegnanti con i propri studenti. Infine, gli studenti, suddivisi in gruppi, hanno dovuto produrre un lavoro originale.
- **Materiali e risorse tecnologiche/logistiche:** questi di solito dipendono dalla metodologia scelta. Se un utilizzo innovativo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione risultano importanti per il progetto, allora deve essere garantita la disponibilità di hardware e software necessari alla realizzazione del progetto. Se gli studenti e i loro insegnanti hanno bisogno di viaggiare da un paese ad un altro, vanno ponderate scelte relative all'organizzazione e alla prenotazione del viaggio.

- **Staff:** le persone che saranno coinvolte come insegnanti o formatori sono anche figure chiave nella creazione del progetto stesso. Lo staff ha bisogno di comprendere appieno il progetto ed esserne completamente coinvolto, soprattutto nella fase di pianificazione. Le persone coinvolte dovranno avere un metodo condiviso ed un'elevata capacità di lavorare in team.
- **Project management:** questa è la chiave per l'eventuale qualità del progetto in essere. La persona o le persone che gestiscono il progetto non devono essere soltanto impegnate e interessate, ma devono avere un metodo, essere creative (allorché le cose sembrano non andare bene), brave a comunicare e decise, laddove necessario.

f) In che modo saranno valutati i risultati intermedi e finali del progetto e chi sarà coinvolto in questo processo di valutazione?

Questa domanda va posta nella fase iniziale di vita di un progetto. In un certo senso, se i risultati del progetto non possono essere valutati con un metodo specifico, il progetto non dovrebbe nemmeno partire. Tra i responsabili della valutazione, dovrebbero essere inclusi gli studenti stessi, i responsabili del progetto e, in teoria, qualcuno che non sta lavorando fattivamente al progetto ma ha la competenza necessaria per giudicarlo.

g) In che modo va gestita la comunicazione e quale forma dovrà prendere?

Affinchè un progetto possa avere successo, la comunicazione tra i soggetti coinvolti - personale e studenti - deve essere efficiente ed efficace. Altrettanto importante deve essere la comunicazione con il mondo esterno, in modo da: mantenere i contatti con coloro che sono interessati, contribuire a finanziare il progetto, cercare idee da esperti esterni al progetto, garantire che chiunque fosse interessato al progetto possa trovare informazioni utili o addirittura essere spinto a pianificare un progetto simile.



Unfortunately, the minister's little joke didn't translate well into Ukrainian.

Garanzia di qualità e gestione della qualità

Sin dalla metà del 20° secolo, termini quali “standard di qualità”, “garanzia di qualità”, “controllo qualità” e “gestione della qualità” sono entrati a far parte del vocabolario ricorrente nella gestione di progetti in qualsiasi settore di attività. Ma cosa significano e come si riferiscono a progetti educativi?

I termini si riferiscono tutti alla verifica della qualità dei prodotti, dei servizi o - in questo caso - dei progetti.



Il controllo di qualità è solitamente effettuato in organizzazioni che producono beni o prodotti: qualcuno in una fabbrica di yogurt prende vasetti di yogurt a caso per verificare se soddisfano gli standard stabiliti dalla legislazione nazionale o

internazionale, dall'industria in sé, e dal produttore. Eventuali guasti o problemi identificati porteranno ad un cambiamento nei processi di produzione, ed eventualmente al ritiro di migliaia di vasetti di yogurt. Il processo è simile nell'industria automobilistica, anche se in questo caso i veicoli che non soddisfano gli standard concordati saranno migliorati e non distrutti. Con servizi quali alberghi, banche e stazioni di servizio, il controllo di qualità può essere effettuato da "mystery client", persone incaricate di controllare la qualità del servizio, fingendo di essere normali clienti, o può dipendere dai feedback dei clienti raccolti attraverso questionari o interviste.

Procedure di controllo qualità vengono utilizzate dalle aziende stesse per garantire un alto tasso di attenzione relativo al mantenimento e al miglioramento della qualità all'interno del ciclo di produzione o di erogazione dei servizi. In genere, le aziende interpellano "focus group" di clienti, chiedendo loro di individuare le aree di interesse e di sviluppare possibili idee di miglioramento. Alcune organizzazioni impiegano, a tal proposito, specialisti esterni per facilitare tale processo. Nel mondo della formazione linguistica, ad esempio, EAQUALS offre agli istituti linguistici l'opportunità di essere "accreditati" o "certificati" secondo i propri standard. Gli ispettori visitano regolarmente le istituzioni per controllare tutti gli aspetti disciplinati dalle norme EAQUALS – con particolare riferimento ai servizi offerti agli studenti - e per dare suggerimenti riguardo le modalità atte a migliorare ulteriormente la qualità del servizio.

Molte altre organizzazioni utilizzano gli standard ISO (International Organization for Standardization) quale garanzia di qualità. I rappresentanti degli organismi di certificazione sono regolarmente invitati a verificare se la qualità dei prodotti, dei servizi o dei sistemi di gestione risulti conforme ai requisiti previsti dalla norma di riferimento. In questi casi, i certificati forniti da organismi esterni possono essere utilizzati come 'marchio di qualità'.

In sintesi, la gestione della qualità è l'insieme di quelle procedure che le organizzazioni utilizzano per mantenere e migliorare la qualità dei prodotti o dei servizi. La gestione totale della qualità (titolo del libro di Oakland e concetto originariamente sviluppato da Feigenbaum) implica che ogni singolo dipendente si concentri sulla qualità del proprio lavoro e sviluppi idee che possano contribuire a migliorare la qualità, avendo una duplice punto di vista, quello di clienti esterni ma anche di "clienti interni".

Principi qualitativi nei progetti destinati alla formazione degli adulti

[Welsh for Adults](#)

Nel Nord del Galles, il gallese è parlato come prima o seconda lingua. Tuttavia, molti adulti della comunità presente non parlano gallese, mentre altri vorrebbero migliorare la loro padronanza della gallese per ragioni sociali e professionali.

Gli studenti adulti che seguono corsi in gallese a livello intermedio si sono resi conto che sarebbe stato utile avere un contatto reale con la lingua, al di fuori di un approccio prettamente scolastico. Il responsabile del progetto ha sfruttato l'entusiasmo degli studenti e la volontà dei parlanti gallesi della zona di cooperare con loro. Lo scopo era quello di permettere a studenti e madrelingua di riunirsi in

occasione di eventi locali all'interno di club e società di ogni genere. Mentre il successo del progetto dipende dalla volontà individuale e dalla motivazione, il responsabile del progetto è intervenuta per garantire che l'interazione avvenisse con regolarità.

Circa 150 studenti di lingua gallese e 50 madrelingua gallesi sono stati coinvolti ogni anno. 10 eventi su base comunitaria sono stati organizzati dal gruppo, in aggiunta ad altri eventi e incontri locali. Questo ha mantenuto e/o aumentato la conoscenza della lingua gallese e la motivazione degli studenti interessati. Dal punto di vista dei madrelingua, è stata l'occasione per contribuire allo sviluppo della lingua gallese, nonché per incontrare nuove persone.

- Il progetto è unico nella sua struttura e nel modo in cui funziona. Questa forma di innovazione è essenziale in progetti linguistici per adulti, che hanno bisogno di vedere l'apprendimento delle lingue come parte integrante della loro vita sociale (e/o professionale).
- Un progetto di questo tipo rappresenta una vera spinta per lo sviluppo della conoscenza della lingua tra gli adulti e una più ampia comprensione della sua importanza per la vita moderna.
- Il gruppo era composto da persone auto-motivate: questo ha reso più facile mantenere lo slancio iniziale alla condivisione delle informazioni. Facilitare la formazione e il lavoro di un gruppo di auto-motivato è un vantaggio fondamentale in ogni progetto, in particolare per uno che coinvolge gli studenti di lingue per adulti.
- Il responsabile del progetto ha avuto tempo a sufficienza per mantenere e monitorare il progetto, che si è profilato come un contributo dell'Università alla comunità locale, migliorando il proprio profilo istituzionale.

2.2 Criteri, standard e indicatori

Ci sono vari criteri che possono essere utilizzati per identificare un progetto linguistico di alta qualità. E non è un caso se tali criteri possono essere applicati anche a molti dei progetti realizzati nel settore della formazione in generale.

- project manager: la persona che riveste questo ruolo deve essere in grado di utilizzare una serie di competenze durante il periodo di vita del progetto.
- team del progetto: la squadra deve essere composta da persone dotate di una varietà di competenze ed esperienze. Il successo è più facile da raggiungere quando vi sono una guida appropriata ed una squadra affiatata.
- progetto: l'obiettivo ed il timing del progetto sono cruciali.
- organizzazione: l'organizzazione deve fornire un sostegno sia al project manager che al team. I vertici dell'organizzazione devono essere convinti dell'importanza del progetto, fin dalla fase di pianificazione.
- ambiente esterno: i vincoli esterni non dovrebbero pregiudicare il progetto stesso.

Fonte: [Tutorialspoints](#)

I programmi all'interno dei quali si inscrivono i vari progetti e l'ammontare dei finanziamenti disponibili variano molto nei diversi settori di formazione. Quindi, gli obiettivi del progetto e le attività funzionali al raggiungimento dei risultati attesi dovrebbero essere definiti in modo tale da tenere conto del bilancio reale e del calendario proposto. Ci sono anche altri criteri per un progetto di successo: questi criteri riguardano i **risultati**, l'**impatto** e i **beneficiari** del progetto.

I risultati del progetto

I risultati del progetto devono corrispondere a quelli indicati nella domanda di candidatura e nel project plan. I risultati possono assumere varie forme: risultati nell'apprendimento, produzione di materiali di insegnamento e apprendimento, nuove modalità di insegnamento, ecc.

I nuovi metodi, così come i nuovi materiali per la formazione, dovrebbero essere pilotati attraverso un pieno coinvolgimento dei gruppi target e degli utenti finali, lungo tutto il ciclo di vita del progetto stesso, e non dopo. La prospettiva e il feedback degli utenti finali dovrebbero, quindi, essere presi in piena considerazione. In questo modo sarà possibile ottenere sufficienti feedback per apportare le modifiche necessarie al prodotto finale. Il test del prodotto finale dovrebbe sempre far parte delle attività del progetto, così come si dovrebbe concedere tempo a sufficienza per permettere il coinvolgimento di tutti i destinatari.

È importante avere senso critico allorchè si analizzano le risposte acquisite durante l'attività di testing, dal momento che solo gli utenti finali possono dare informazioni rilevanti circa l'utilità dei risultati. Il test può anche contrassegnare le opportunità per il trasferimento dei risultati a nuovi settori e/o in altre lingue. L'entità del materiale prodotto dovrebbe più o meno corrispondere a quello presentato nel piano di progetto: se si produce più materiale, aumenta l'impatto stesso del progetto, ma nella maggior parte dei casi i fondi disponibili determinano anche la quantità di lavoro che si può realizzare.

L'impatto del progetto

L'impatto previsto del progetto dovrebbe essere stimato durante il ciclo di vita del progetto stesso. Questo potrebbe essere a volte difficile, perché gli esiti e i risultati non sono ancora concreti nella maggior parte dei casi. Tuttavia, l'impatto è sempre influenzato dalle risorse finanziarie disponibili. Quanto più saranno chiari gli obiettivi da raggiungere e le attività da svolgere, tanto sarà più facile stimare l'impatto potenziale. In alcuni casi, l'impatto può essere molto più ampio e più efficace di quanto stimato all'inizio, e questo può valere anche per i risultati. A volte il progetto si concentra su uno specifico settore professionale, ma l'impatto e l'utilità del progetto saranno maggiori se i risultati possono essere facilmente trasferiti ad altri settori o ad altri programmi di formazione.

I beneficiari

I beneficiari rappresentano un fattore significativo in un progetto di successo, da prendere in considerazione già nella fase di pianificazione e durante i lavori del progetto. Quando si pianifica un progetto, può essere utile fare riferimento a un'analisi dei bisogni esistenti, quali sondaggi o statistiche riguardanti gli obiettivi di apprendimento e i bisogni dei gruppi. Interviste e discussioni con insegnanti e con rappresentanti degli utenti finali potranno fornire informazioni aggiornate sulle loro esigenze concrete.

Standard

Gli standard di un progetto possono essere descritti come segue: si tratta delle regole e delle convenzioni che regolano il modo in cui verrà condotto un progetto. Tali standard possono essere determinati da stringenti pratiche organizzative o dalle esigenze specifiche del progetto. Il project manager dovrebbe fissare gli standard del progetto fin dall'inizio. Vediamo alcuni esempi .

- Le **procedure relative ai meeting**: è un bene che il team di un progetto possa incontrarsi regolarmente. Una volta raggiunto un accordo preventivo relativamente al calendario degli incontri, il team del progetto farà in modo di essere disponibile a lavorare sul progetto in tali date e tali orari. Un incontro settimanale congiunto per un paio d'ore favorisce la comunicazione ed il lavoro di squadra.
- **Documentazione e comunicazione**: il project manager dovrebbe garantire procedure di comunicazione chiare e assicurarsi che tutti abbiano a disposizione materiale pertinente relativo al progetto e al processo di lavoro. Naturalmente, è necessario seguire le regole generali dell' istituto di formazione. È anche bene essere preparati ad eventuali assenze durante le quali qualcun altro nell'organizzazione potrebbe aver bisogno di informazioni relative al progetto. Una pianificazione chiara con tappe definite favorirà la gestione ed il flusso di lavoro sul progetto.
- **Condivisione della conoscenza**: i membri del team di progetto dovrebbero essere selezionati in modo da garantire tutte le competenze e le conoscenze necessarie per il progetto stesso. Diverse tipologie di competenze ed esperienze di lavoro possono essere necessarie per creare un team altamente competente. Gli studenti e gli utenti finali possono anche essere inclusi nel team di progetto o nel comitato direttivo. Il project manager

dovrebbe facilitare la condivisione delle conoscenze e delle competenze tra i membri del team.

- **Capacità di risolvere problemi:** il project manager, così come l'intero team di progetto, deve essere preparato ad affrontare i problemi che possono sorgere durante il progetto. I membri del team possono cambiare, gli obiettivi possono sembrare troppo difficili da raggiungere, l'interazione tra i membri del team può non funzionare sempre nel modo migliore, l'istituto di formazione potrebbe trovarsi ad affrontare cambiamenti finanziari o organizzativi che hanno un effetto sul progetto, e così via. Tuttavia, ci dovrebbe essere sufficiente flessibilità e apertura per affrontare questi problemi e trovare le soluzioni migliori.

Indicatori

Gli indicatori mostrano quanto sta andando bene il progetto, anche rispetto ai piani iniziali. Gli stessi indicatori, che sono menzionati nella proposta di progetto e nel piano di progetto, dovrebbero essere utilizzati per valutare il progetto alla fine del periodo del progetto stesso. Ci dovrebbe essere un sostanziale equilibrio tra "input" e "output", il che significa che le risorse investite nel progetto dovrebbe condurre ai risultati attesi. Gli investimenti finanziari dovrebbero portare a risultati che corrispondono agli obiettivi predefiniti: gli indicatori dovrebbero mostrare quanto sono state adatte le soluzioni individuate nel corso del progetto. Gli indicatori di cambiamento dovrebbero altrettanto essere presi in considerazione: ci sono stati fattori esterni che hanno avuto un impatto sul progetto?

Ci sono quattro possibili tipologie di indicatori di sviluppo:

- gli **indicatori input** misurano le risorse finanziarie, amministrative e regolamentari previste dal governo e/o dagli altri istituti di finanziamento. In tal senso, si dovrebbe stabilire un collegamento tra le risorse utilizzate ed i risultati ottenuti al fine di valutare l'efficacia delle attività svolte.
- gli **indicatori output** misurano le conseguenze immediate e concrete delle misure adottate e le risorse utilizzate: ad esempio, il numero di unità didattiche create, il numero di docenti coinvolti, etc.
- gli **indicatori di risultato** misurano i risultati in termini di benefici del gruppo target: ad esempio, la percentuale di studenti che scelgono di studiare una lingua meno parlata.
- gli **indicatori di impatto** misurano le conseguenze a lungo termine dei risultati a livello nazionale o in termini di impatto del progetto sull'ambiente circostante e sui gruppi di destinatari.

Perchè possano essere sostenibili, gli interventi di sviluppo, i progetti e i programmi devono diventare sempre più "**SMART**".

SMART è un acronimo che sta per:

- **Specifici:** gli interventi e i progetti dovrebbero essere chiari, focalizzati sull'obiettivo e ben definiti;
- **Misurabili:** i progetti dovrebbero fondarsi su metodologie e informazioni misurabili, in modo da poter essere facilmente replicabili;

- **Attuabili:** i progetti dovrebbero essere realistici, pratici, e attuabili a partire da una data disponibilità di risorse, tempo e competenze;
- **Rilevanti:** i progetti dovrebbero attenersi alle priorità politiche e contribuire a raggiungere i risultati attesi;
- **legati a Tempistiche precise**, anche attraverso un'attenta definizione delle scadenze

In sintesi, gli indicatori mostrano i seguenti aspetti delle attività del progetto:

1. Cosa?

Quali sono gli esiti e i risultati del progetto? Quali processi di lavoro vengono utilizzati per raggiungere questi risultati?

2. Quanto?

Quanto è d'impatto il cambiamento che il progetto si prefigge di raggiungere?

3. Chi?

Chi è il target? Ci sono gruppi di destinatari diretti e indiretti? Questi gruppi sono stati raggiunti in maniera appropriata?

4. Dove?

Qual' è la portata geografica cui mira il progetto? Il progetto è internazionale, nazionale, regionale o legato ad un solo istituto che lo sta portando avanti?

Casi di studio – progetti per la formazione degli adulti

7 jours sur la planète – Francia

Il progetto è riuscito a creare una vasta rete di esperti linguistici provenienti da vari settori. Il progetto si basa su una stretta collaborazione tra il Ministero degli Esteri francese, l'Organizzazione internazionale della francofonia e diversi esperti nel campo dell'istruzione e delle nuove tecnologie. In particolare, TV5 Monde ha collaborato con diverse scuole di lingua con expertise complementari. Questa rete ha garantito una vasta gamma di canali di diffusion, assicurando che gli utenti finali venissero raggiunti in maniere complementari. Il programma televisivo e il sito web costituiscono i principali risultati del progetto. In particolare, il sito ha ricevuto più di 1,4 milioni di visite nel 201; più di 600.000 file di insegnamento e 2 milioni di esercizi sono stati scaricati nel 2011. Ciò dimostra chiaramente il notevole impatto del progetto. Secondo il valutatore francese, questo progetto ha avuto un impatto importante in termini di diffusione, grazie alla copertura mediatica nazionale ed internazionale offerta da TV5.

Euromail.com – Danimarca

Il progetto ha promosso l'uso di internet ai fini dell' apprendimento delle lingue. Iniziato nel 2004, l'approccio è stato considerato innovativo dal momento che l'uso di Internet non era così diffuso come lo è oggi. Allo stesso tempo, gli studenti sono stati in grado di familiarizzare con internet. L'iniziativa ha anche tenuto conto degli adulti che non possono viaggiare all'estero. La comunicazione via internet con altri studenti di lingue di altri paesi ha sviluppato la conoscenza di culture e lingue diverse.

Language - Not Just Empty Words – Svezia

Lo scopo del progetto era quello di sviluppare e implementare un metodo per l'apprendimento delle lingue, che potrebbe essere utilizzato con gruppi di apprendimento eterogenei. L'uso di materiali autentici ha reso l'apprendimento più interessante e significativo. Un altro obiettivo era quello di migliorare la conoscenza di paesi di lingua inglese e delle loro culture. I risultati sono stati valutati da un insegnante e la valutazione ha trovato un notevole incremento delle competenze linguistiche tra gli studenti, nonché una maggiore motivazione ad usare la lingua, sia in classe che in contesti informali al di fuori della classe. Secondo l'insegnante, il metodo è facile da trasferire, aspetto che ne aumenta l'impatto e la trasparenza. L'insegnante è stato invitato a presentare il metodo ad altri organismi di formazione, sostenendo in tal modo la diffusione attiva. Il metodo è ancora in uso ed è costantemente migliorato in risposta ai feedback dei partecipanti. Il progetto ha evidenziato l'importanza della qualità dell'apprendimento delle lingue per soddisfare i bisogni di apprendimento delle lingue da parte di discenti adulti.

2.3 Metodi e procedure

Introduzione

Al momento di decidere quale metodologia applicare in un determinato progetto, vi sono diversi metodi di insegnamento delle lingue da poter prendere in considerazione. Gagnon³, per esempio, offre una breve panoramica delle metodologie di insegnamento delle lingue in [Methodologies in Foreign Languages Teaching](#).

Gli insegnanti scelgono i metodi più adatti per rispondere a diversi fattori, quali le priorità politiche, la ricerche più recenti, i risultati raggiunti dagli studenti e così via. In diversi contesti di insegnamento delle lingue, metodologie diverse sono utili per scopi diversi. I casi di studio, che abbiamo selezionato, hanno quale caratteristica comune l'**approccio comunicativo**, un metodo attraverso il quale gli studenti lavorano solo nella lingua di destinazione. In questo metodo, la grammatica non è troppo enfatizzata: invece, l'attenzione è rivolta a spiegare e interagire nella lingua di destinazione. Il metodo rappresenta un mezzo per raggiungere un insegnamento centrato sullo studente, in cui la comunicazione in piccoli gruppi diventa uno strumento di lavoro. Il metodo di **risposta fisica totale** viene spesso utilizzato nei progetti valutati. Secondo tale approccio, l'apprendimento delle lingue è collegato al reale movimento fisico, seguendo le istruzioni nella lingua di destinazione ("alzati", "prendi questo", ecc). Altra tecnica utilizzata è quella dell'**immersione totale**, che mira a rendere gli studenti consapevoli dei costumi e della cultura legata alla lingua. Gli studenti non solo leggono, scrivono e parlano nella lingua di destinazione, ma acquisiscono una maggiore conoscenza della cultura del paese di cui hanno studiato la lingua (es. [AmeriSpan Study Abroad](#)).

Il metodo effettivo utilizzato deve spesso tener conto di altri fattori e/o essere combinato con altri metodi. Nei progetti di apprendimento delle lingue, metodi diversi sono spesso combinati con successo, laddove una classificazione basata su un singolo metodo non è sufficiente. Alcune metodologie già collaudate in progetti di apprendimento delle lingue vengono discusse di seguito. Tutti i progetti descritti incontrano alcuni dei [criteri europei per l'assegnazione del Language Label](#). I metodi principali possono essere classificati come segue:

La mobilità per l'apprendimento: alcuni dei progetti premiati possono essere classificati sotto questa voce. L' uso di dispositivi tecnici quali computer, telefoni e giochi offre l'opportunità di lavorare sull'apprendimento delle lingue da qualsiasi luogo, purché lo studente abbia accesso al dispositivo e alla connessione internet. Diversi progetti di apprendimento delle lingue basati su tale metodologia hanno ottenuto il Label Europeo delle Lingue. Ci sono altri modi per realizzare la mobilità per l'apprendimento: ad esempio, il movimento fisico - lontano dalla classe o dalla lezione – rappresenta anch'esso una forma di mobilità. L'utilizzo della lingua di

³ Gagnon, Armand A 1999: *Methodologies in Foreign Language Teaching*.
<http://www.linguatics.com/methods.htm>

destinazione in modo realistico al di fuori della classe rappresenta un altro tipo di mobilità utilizzata in molti progetti.

Autenticità, interessi e argomenti: un'altra caratteristica di alcuni dei progetti che hanno ottenuto il Label è l'autenticità dell' utilizzo. Nell' apprendimento di una nuova lingua è importante che lo studente possa provare le proprie competenze linguistiche in contesti reali e, se possibile, con i madrelingua della lingua che viene insegnata. In questo tipo di interazione, gli studenti possono dover scegliere argomenti di discussione o rispondere in maniera completa, aumentando così la propria motivazione e mettendo in pratica le proprie conoscenze. L'importanza di favorire l'autenticità in situazioni concrete di apprendimento, e di utilizzare le conoscenze esistenti degli studenti come base di partenza, è stato identificata da John Dewey nel 1900: *"Dal punto di vista del bambino, il grande spreco nella scuola deriva dalla incapacità di sfruttare l'esperienza che il bambino matura all'esterno di essa mentre d'altra parte non è in grado di applicare nella vita quotidiana ciò che sta imparando a scuola. Questo è l'isolamento della scuola dalla vita"* (Dewey , 1900). Attraverso la comunicazione online con gli studenti di altri paesi, ad esempio, gli studenti acquisiscono una maggiore conoscenza dei problemi socio-culturali e familiari esistenti in quel Paese e acquisiscono una migliore comprensione della propria società e della propria cultura.

Comprensione e coinvolgimento degli studenti: un aspetto importante della qualità è quello di identificare e rispondere ai bisogni degli studenti e, quindi, aumentare la loro motivazione. Questo approccio può essere ottenuto attraverso la partecipazione attiva e la comunicazione faccia a faccia tra gli studenti, ed è realizzabile in qualsiasi ambiente scolastico: gli studenti hanno la possibilità di preparare le proprie domande o i propri argomenti di discussione e, quindi, di porre domande e discutere gli argomenti con i loro coetanei.

Nel libro ["How People Learn"](#), Donovan, Bransford e Pellegrino affermano che: "Gli studenti arrivano in classe con preconcetti su come funziona il mondo. Se la loro comprensione iniziale non viene impegnata, potrebbero non riuscire a cogliere i nuovi concetti e le informazioni presentate in classe, o possono impararli in vista di un test, salvo poi tornare ai loro preconcetti una volta usciti dalla classe. Questa constatazione richiede che gli insegnanti siano pronti a tirare fuori tali preconcetti dai loro studenti e contribuire a dare loro una forma che rifletta i concetti e le conoscenze attinenti a quella particolare disciplina di studio". Aumentare la motivazione e la partecipazione degli studenti è fondamentale, affinché un progetto possa ritenersi riuscito. Sulla base della nostra discussione su metodi e procedure, abbiamo creato un elenco di indicatori che possono essere utilizzati quando si intende avviare un progetto al fine di verificare la qualità del progetto stesso. Gli indicatori selezionati possono aiutare a definire gli obiettivi e l'approccio da utilizzare.

- Questo progetto risponde alle esigenze degli studenti e tiene conto dei loro interessi e obiettivi personali
- Questo progetto riflette questioni importanti relative all' apprendimento delle lingue ed è gratificante e motivante lavorarci su
- Questo progetto contribuisce ad aumentare l'apprendimento delle lingue e delle competenze comunicative
- Questo progetto migliora l'interazione tra pari

- Questo progetto aiuterà gli insegnanti e gli studenti a sviluppare la comprensione interculturale ed il multilinguismo
- Questo progetto offre opportunità concrete di apprendimento del linguaggio e della comunicazione
- Questo progetto è trasferibile (può essere utilizzato con diverse lingue e in diversi paesi)
- Questo progetto offre agli studenti un nuovo approccio per l'apprendimento delle lingue
- Questo progetto amplia l'utilizzo delle ICT nell'apprendimento delle lingue (social forum, mail, giochi, storia, letteratura, mappe)
- Questo progetto offre l'opportunità di usare la lingua al di fuori della classe
- Questo progetto è stato realizzato per creare e sperimentare nuovi materiali didattici

Case di studio – metodi e procedure nella formazione degli adulti

Mobilità per l'apprendimento

[Dansksimulatorn](#) è uno strumento che utilizza la tecnologia del riconoscimento vocale per gli studenti di lingua danese come seconda lingua. Questo strumento offre opportunità per la pratica e la ripetizione della pronuncia da parte di studenti che hanno l'opportunità di praticare ovunque si trovino.

[Learning by moving](#) è un progetto che incoraggia l'apprendimento delle lingue in un modo molto originale. I passeggeri del trasporto pubblico imparano le lingue in mini sessioni che si svolgono mentre vanno al lavoro. Il progetto produce opuscoli e CD contenenti le frasi più comuni nelle lingue di destinazione. Il progetto è disponibile sui mezzi di trasporto pubblico in 6 paesi europei, ed è un buon esempio di mobilità per l'apprendimento.

Autenticità

Il progetto [ALFA – an alphabetization project](#), è incentrato sull'apprendimento svedese come seconda lingua mentre si lavora sulla lingua madre. Lo scopo del progetto è quello di incrementare l'alfabetizzazione, nonché la conoscenza della lingua madre. In questo progetto gli studenti hanno due insegnanti, uno per la loro lingua madre e uno per lo svedese. Gli studenti lavorano in diverse strutture pubbliche, quali musei e parchi, e scattano foto che poi descriveranno nelle due lingue. Questo progetto risponde alle esigenze degli studenti ed è auto, laddove gli studenti creano il materiale che li aiuterà a imparare a parlare, scrivere e leggere.

[SHOPLANG](#) è un progetto sviluppato al fine di promuovere l'apprendimento delle sei meno diffuse e insegnate tra le lingue europee - bulgaro, greco, olandese, maltese, lituano e svedese. Il progetto si rivolge ad un pubblico eterogeneo, impegnato in attività quotidiane come fare la spesa. I centri commerciali sono luoghi naturali per riunioni informali e per l'interazione sociale e la conversazione. Mentre fanno shopping, le persone parlano tra di loro e so scambiano informazioni e opinioni sui nuovi prodotti e sulle merci. Questo garantisce sia l'autenticità e l'interesse e permette agli studenti di parlare di argomenti di loro interesse.



2.4 Strumenti per la gestione della qualità

Come abbiamo visto nelle sezioni precedenti, se un determinato progetto è di successo o meno dipende dalla misura in cui soddisfa diversi criteri, che riguardano gli step coinvolti nella progettazione, nella realizzazione e nella sostenibilità del progetto stesso. Gli indicatori di sviluppo e di prestazione, i risultati del progetto ed il suo impatto dovrebbero essere valutati in tutte le fasi, al fine di stabilire se il progetto avrà successo o meno. Non si dovrebbe, inoltre, trascurare il contributo che i promotori del progetto possono dare per il successo di un progetto in termini di: entusiasmo, approccio innovativo, leadership e gestione del team, intraprendenza e capacità di motivare gli altri anche in tempi difficili.

I project manager di successo sono in grado di sviluppare e utilizzare una serie di strumenti per progettare, monitorare, valutare e garantire la qualità del progetto, nonché per determinare quanto riesca a soddisfare gli obiettivi di partenza.

L'assicurazione della qualità (AQ) prevede procedure sistematiche per garantire che vengano rispettate le norme di qualità per un determinato progetto. Ogni piano relativo all'assicurazione della qualità dovrebbe includere i seguenti elementi :

- Confronto tra i progressi raggiunti e gli obiettivi inizialmente fissati
- Misurazione e compatibilità della qualità con gli obiettivi
- Sviluppo di monitoraggio
- Raccolta di feedback per la correzione di eventuali errori

Oggi la gestione di un progetto segue una serie di step standard, anche grazie all'utilizzo di strumenti di project management e di software specifici (fogli di calcolo, diagrammi di flusso, questionari, moduli di report e software per la gestione dei progetti). Molti di questi strumenti possono rivelarsi utili in progetti linguistici. Qui di seguito alcuni degli strumenti che possono essere facilmente adattabili a progetti di formazione linguistica:

- Piano di progetto: un piano di progetto è assolutamente necessario perché descrive la portata del progetto, l'approccio e le strategie scelte per soddisfare gli obiettivi. Naturalmente, la metodologia può variare a seconda dello scopo e dei destinatari
- Questionari di valutazione: i questionari di valutazione possono essere utilizzati, già a partire dalle prime fasi di pianificazione del progetto, in modo da fare una prima valutazione di aspetti quali i livelli di competenza richiesti, la motivazione, la disponibilità di risorse, ecc
- Liste di controllo: liste di controllo possono essere gestite dai project manager in modo da stabilire in che misura il progetto risulta conforme a criteri di qualità prestabiliti
- Focus group: si tratta di brevi incontri con gruppi di partecipanti selezionati in modo casuale o con rappresentanti dei gruppi target. Tali incontri vengono pianificati per raccogliere le loro opinioni e le loro impressioni

- Incontri con i membri del personale: tali incontri sono utili per rivedere il lavoro svolto, i problemi incontrati, le nuove idee emerse, ecc
- Moduli di feedback: tali strumenti possono essere utilizzati per raccogliere informazioni dalle parti coinvolte nel progetto sugli aspetti qualitativi e le eventuali proposte di modifica
- Time card. Le time card sono utili per tenere traccia di come i membri del team stanno gestendo il loro lavoro, e per aiutare il project manager a valutare le loro performance individuali
- Report di valutazione: si tratta di relazioni (ad interim o finali) di valutazione (sulle attività di progetto e sugli aspetti finanziari). Tali report sono solitamente richiesti dagli sponsor (ad esempio, la Commissione europea).

Checklist per la qualità dei progetti linguistici

Sulla base della nostra revisione dei metodi e delle procedure da seguire nei progetti linguistici, abbiamo creato una checklist da utilizzare al fine di verificare la qualità di un progetto linguistico .

1 Beneficiari del progetto

- I gruppi target sono chiari e ben definiti
- I bisogni di apprendimento dei gruppi target sono stati chiaramente identificati e valutati
- I metodi appropriati per raggiungere, motivare e coinvolgere i gruppi target sono stati congiuntamente definiti e decisi

2 Obiettivi del progetto e risultati

- Gli obiettivi del progetto sono ben definiti e spiegati chiaramente
- Il progetto contribuisce a migliorare l'apprendimento delle lingue e/o le competenze comunicative
- I risultati previsti dal progetto e l'impatto sono realizzabili, utili e misurabili .
Per esempi di criteri e indicatori, paragrafo 2.2 REQUISITI PER LA GARANZIA DI QUALITÀ

3 Progettazione

- Le attività previste sono ben strutturate e ci sono risorse adeguate per la loro attuazione
- L'istituzione dispone :
 - delle risorse umane necessarie per eseguire il progetto (numero sufficiente di membri del team di progetto, un responsabile di progetto, etc)
 - delle necessarie risorse finanziarie e materiali per svolgere le attività del progetto

- C'è un piano adeguato per monitorare e valutare l'andamento del progetto
- È stato sviluppato un piano di valutazione della qualità dei risultati
- Vi è un chiaro piano per la diffusione / valorizzazione dei risultati del progetto
- Sono stati identificati gli stakeholder chiave da contattare
- L'istituzione dispone di:
 - esperienza nel lavoro con il gruppo/i target prescelto/i
 - contatto diretto con i rappresentanti del gruppo/i
- Il piano di progetto definisce criteri, standard e indicatori per la gestione del progetto, il suo sviluppo ed i risultati attesi

4 Project management e implementazione

- Un piano di gestione è stato sviluppato nella fase di progettazione e comprende :
 - un piano di lavoro con tempi realistici per tutte le attività del progetto
 - un bilancio ben sviluppato (complessivo e per partner di progetto) per ciascuna delle attività del progetto
 - l'assegnazione di responsabilità chiare per ogni partner e/o membro del team
 - meccanismi di collaborazione efficienti all'interno del partenariato
 - un sistema di comunicazione efficace tra i partner
 - un adeguato sistema di notifica
 - un sistema di condivisione dei documenti interni, a disposizione di tutti i partner
 - meccanismi di gestione del tempo
 - meccanismi di problem solving
- Esistono procedure per garantire la qualità delle attività del progetto e dei risultati (vedere paragrafi 2.1 e 2.2 di questa Guida), tra cui :
 - analisi dei bisogni dei gruppi target
 - scelta di una metodologia appropriata che corrisponde alle esigenze concrete degli allievi
 - coerenza tra i risultati, le attività programmate e gli obiettivi generali del progetto
 - criteri di qualità per i prodotti proposti
 - coinvolgimento dei gruppi target in tutte le fasi di sviluppo del progetto
 - test su tutti i prodotti del progetto in collaborazione con i gruppi target
- Esistono meccanismi di gestione del tempo funzionali a:
 - monitorare se gli obiettivi a lungo e breve termine sono stati raggiunti
 - individuare deviazioni dal piano di lavoro e dagli obiettivi iniziali
- Ci sono meccanismi di rendicontazione e di feedback in modo che:
 - vengano preparate periodiche relazioni interne
 - i partner del progetto utilizzino gli stessi modelli di report e descrivano i risultati in modo simile, facendo riferimento a:
 - le attività svolte in contesti separati
 - i costi sostenuti
 - le attività di diffusione

- i feedback dei partecipanti e delle parti interessate
 - vengano effettuate valutazioni interne
 - vengano effettuate valutazioni esterne indipendenti
 - vengano formulate raccomandazioni dai valutatori interni ed esterni e, se necessario, vengono apportate modifiche
- Viene fornito un feedback sui report dei partner
- Esiste un piano chiaro di disseminazione durante e dopo il ciclo di vita del progetto. Il piano di disseminazione:
 - crea la massima consapevolezza del progetto e dei suoi obiettivi
 - è adattato agli obiettivi del progetto e dei gruppi destinatari
 - è ragionevole in termini di risorse finanziarie necessarie

Esempi di buone prassi in progetti destinati alla formazione degli adulti

Affrontare le esigenze di apprendimento per i non vedenti nella formazione degli adulti: si veda [Listen and Touch](#) (2004 Bulgaria). Il progetto ha affrontato le esigenze di adulti non vedenti e ipovedenti e di giovani adulti nell'apprendimento delle lingue straniere.

Insegnamento delle lingue straniere meno diffuse nella formazione degli adulti: si veda [Light Me Up! – Language Lessons for Abroad](#) (2010 Bulgaria). Lo scopo del progetto era quello di introdurre cinque lingue meno diffuse e meno insegnate nel contesto del viaggio all'estero, coinvolgendo il gruppo target in eventi promozionali quali fiere, corsi di lingua aperti nelle lingue target, utilizzo del web, ecc. Il progetto è stato scelto per ricevere il Label dei Label durante la cerimonia svoltasi a Limassol (Cipro) a settembre del 2012. Il progetto ha fornito una chiara evidenza di attività di successo nell'apprendimento di una lingua straniera.

Affrontare importanti aspetti legati all'apprendimento delle lingue nell'educazione degli adulti: i pazienti stranieri che avevano bisogno di cure di alta qualità, non solo dal punto di vista medico, ma anche in termini di comprensione dei loro bisogni e desideri: si [Language for Healthcare – Healthcare without Borders](#) (2009 Austria).

2.5 Follow up

Che cosa s'intende per "follow up" nei progetti?

Follow-up: definizioni e implicazioni

Di seguito alcune possibili definizioni di "follow up"
(<http://www.thefreedictionary.com/follow+up>):

Follow up (nome)

"... l'atto di favorire/ disporre nuovi sviluppi ad un progetto / iniziativa conclusasi: il follow-up è spesso tanto importante quanto il primo contatto con i nuovi potenziali clienti"

"... l'atto che segue alla conclusione di un processo in modo da aumentarne l'efficacia: ad esempio, un software è un esempio di follow-up del prodotto originale"

"... un'azione che serve ad aumentare l'efficacia di un' azione precedente"

Follow up (verbo)

".. aumentare l'efficacia o aumentare il successo di un' azione conclusasi"

Come si può evincere dalle definizioni menzionate, per "follow-up" si intende la possibilità di aumentare l'efficacia di un'azione precedente, di capitalizzarne il successo in modo da garantirne uno sviluppo futuro. Nell'ambito dei progetti europei, il termine "follow up" ha conservato il suo significato originale, acquisendo comunque alcune nuove connotazioni, di azioni che si svolgono nel momento in cui il progetto stesso è terminato

(http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/valorisation/glossary_en.htm#FOLLOW-UP_ACTIVITIES).

L'obiettivo delle attività di follow up è quello di mantenere in vita i risultati di un dato progetto e renderli sostenibili. Questa definizione include:

- l'aggiornamento dei risultati all'indomani della conclusione del progetto
- l'ottenimento della riconoscibilità e della certificazione dei risultati ottenuti
- attività di persuasione verso i decisori politici affinché utilizzino i risultati del progetto
- il trasferimento dei risultati ed il loro utilizzo in contesti altri rispetto a quello di partenza
- commercializzazione di alcuni dei risultati ottenuti

Le attività di follow up, naturalmente, devono essere suggerite dai risultati del progetto che andranno ad essere diffusi e pubblicizzati

http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/valorisation/glossary_en.htm#RESULT).

Alcuni prodotti - un sito web o una database - necessitano di un costante aggiornamento, mentre altri – come un corso o un metodo innovativo – possono essere trasferiti o adattati in maniera tale da incontrare le necessità di nuovi potenziali destinatari. In ogni caso, le attività di follow up devono rientrare nella fase di progettazione all’inizio del progetto, in modo da metterle in atto all’indomani dalla fine del progetto.

Le attività di follow up possono allargare il target group di riferimento in maniera naturale: i risultati del progetto possono risultare utili in altri settori e ad altri destinatari⁴. Le azioni di follow up possono addirittura portare alla identificazione di un nuovo progetto.

Il follow-up in relazione al Label Europeo delle Lingue

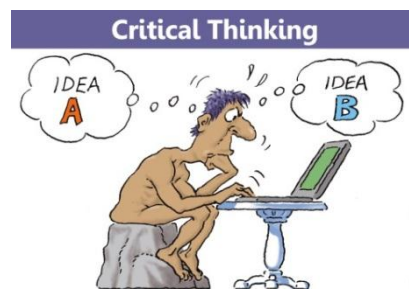
In termini di ciclo di vita di un progetto, l’ottenimento del Label Europeo delle Lingue rappresenta già di per sé un’attività di follow up. Questo perchè nella maggior parte dei casi l’ottenimento di questo premio si ottiene una volta che il progetto si è concluso ed il riconoscimento si fonda sui risultati ottenuti. Coloro che presentano il proprio progetto lo fanno con un obiettivo preciso, garantire la riconoscibilità del progetto in modo da ottenere una visibilità a livello europeo, migliorando il profilo istituzionale di chi lo ha promosso. Il processo di selezione e la cerimonia di premiazione sono spesso pubblicizzati dai media nazionali e locali, garantendo la visibilità del progetto e aprendo la strada a nuove attività di promozione.

Nella realizzazione dei casi di studio del progetto NELLIP, sono stati intervistati i promotori di progetti che hanno ottenuto il Label Europeo delle Lingue, con particolare riferimento alle attività di follow up legate a tale riconoscimento. I risultati ottenuti da queste interviste sottolineano come le attività di follow up (riconoscibilità dell’istituzione promotrice, facilità di costruire nuovi network e di iniziare nuovi progetti) siano state particolarmente facilitate dall’ottenimento del Label.

Attività di follow-up nei progetti assegnatari del Label

Decidere e pianificare attività di follow up

Le attività di follow up vengono condotte all’indomani dalla fine del progetto stesso, ma è necessario pianificarle prima e durante il ciclo di vita del progetto stesso. Tale pianificazione diventa un ingrediente essenziale per il successo del progetto stesso.



⁴ See more about beneficiaries and stakeholders at http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/valorisation/glossary_en.htm

Le attività di follow-up possono essere suddivise in tre gruppi:

- supporto ai prodotti realizzati nell'ambito del progetto
- sviluppo/adequamento dei prodotti ad altri gruppi target
- mantenimento dell'interesse e della motivazione nell'utilizzo dei prodotti del progetto

La scelta della tipologia di follow up dipende sostanzialmente dalla natura dei risultati del progetto e dai bisogni degli utenti potenziali. Quando si pensa alla strategia di follow up emergono le seguenti domande:

- 1) quanto dovrebbe durare il piano di follow up?
 - rispondere a questa domanda diventa essenziale allorchè l'attività di follow up richiede una disponibilità economica;
- 2) a chi spetta la proprietà dei risultati del progetto?
 - di qui la necessità di definire come dividere i proventi derivanti da una eventuale commercializzazione;
- 3) chi è responsabile delle attività di follow up?
 - i partner coinvolti nel progetto dovranno studiare tutte le questioni legate alla gestione delle attività di follow up;
- 4) l'attività di follow up richiederà un'adeguata formazione da parte di chi ne diventa responsabile?
 - la preparazione diventa indispensabile nel momento in cui i risultati devono essere adeguati a destinatari altri

Follow-up – esempi di buone prassi

Quali indicazioni specifiche possono essere offerte a coloro che stanno progettando di sfruttare al meglio i risultati del loro progetto? Gli esempi che seguono illustrano diversi tipi di attività di follow-up svolte in progetti individuati nel settore della formazione superiore e che hanno riconosciuto il Label Europeo delle Lingue.

Euro Languages Net - 2004, Lituania

L'obiettivo principale del progetto è stato quello di affrontare il tema dell'insegnamento delle lingue meno diffuse. Il progetto ha riunito organizzazioni e imprese di 11 paesi europei per promuovere nuove idee e modi pratici su come incoraggiare il pubblico ad imparare le lingue europee meno diffuse. Il portale del progetto ha fornito informazioni in inglese e nella lingua nazionale appropriata sulle varie possibilità e le risorse disponibili per l'apprendimento delle lingue europee meno diffuse. Il Label, ottenuto per l'approccio innovativo del progetto, ha stimolato la proposta per un nuovo progetto che copre tutte le lingue meno diffuse nell'Unione europea. Il progetto di follow-up Euro Languages Net Plus è stato basato sugli stessi principi, ma comprendeva 23 pagine web con informazioni sulle culture dei paesi partecipanti, sulle risorse per l'apprendimento e l'insegnamento delle rispettive lingue, per scambi professionali e per la condivisione delle buone prassi. La vasta rete creata all'interno del ciclo di vita del progetto è stata utilizzata dai partner del progetto per promuovere iniziative relative alla lingua in tutta Europa.

Lunga vita ai progetti

Una volta che il progetto è terminato e riceve il riconoscimento che merita, c'è un naturale desiderio di estendere il suo ciclo di vita e di sfruttare i suoi risultati. Quali misure possono essere prese per mantenere vivo, attraente e utile il vostro progetto? Ecco alcuni consigli di follow-up che possono rivelarsi utili:

- a. **Utilizzare il logo del Label Europeo delle Lingue:** un passo molto importante è quello di utilizzare il logo il più possibile. I siti istituzionali o specifici del progetto rappresentano strumenti efficaci per diffondere informazioni sul progetto e su chi l'ha prodotto. Il logo del Label sarà, quindi, visibile sul sito della scuola e sarà notato dai genitori in cerca di una scuola per i loro figli. Il Label Europeo delle Lingue e l'uso del suo logo nella scuola sono molto importanti anche per gli stessi bambini che, se non hanno preso parte al progetto, saranno più motivati a farlo.
- b. **Rendere il più possibile visibili i risultati raggiunti:** non esitate a promuovere i vostri successi in occasione di eventi pubblici e professionali come fiere, seminari, workshop e conferenze. Molto spesso presentare i risultati del progetto a un pubblico più vasto apre nuove opportunità per il follow-up, e può portare a ulteriori ricerche o pubblicazioni
- c. **Conservare e ampliare la rete:** la presentazione del progetto a un pubblico più ampio può anche portare a sviluppare nuove idee di progetto e a rendere più ampia la propria rete di appartenenza, promuovendo una cooperazione reciprocamente vantaggiosa.
- d. **Offrire/presentare i prodotti sviluppati a docenti e potenziali destinatari interessati:** non va dimenticato che le scuole - a differenza di altri settori di istruzione – si rivolgono a diverse fasce di età. Una volta testato il prodotto con un gruppo di allievi, è possibile utilizzare lo stesso prodotto con altri alunni della stessa età. C'è una buona probabilità che sia gli insegnanti che i bambini potranno adeguare i prodotti alle proprie esigenze o preferenze.
- e. **Cercare modi per commercializzare i prodotti del progetto:** il follow-up spesso richiede risorse finanziarie e umane. Ricordate che il Label è un distintivo riconosciuto di alta qualità: usatelo per trattare con le aziende, enti, organizzazioni, editori. Lo sfruttamento commerciale vi aiuterà a raccogliere fondi per altre attività e progetti.

2.6 Motivare gli studenti e i docenti di lingua

La motivazione è uno dei fattori più importanti nel processo di apprendimento. Non a caso ci sono notevoli sforzi affinché la motivazione venga generata e mantenuta. La motivazione è definita come una forza trainante, di stimolo o di influenza, “qualcosa che spinge uno studente ad agire” (Merriam-Webster, 1997). Altri vedono la motivazione come un investimento di sforzi atto a raggiungere determinati risultati (DuBrin 2008).

Tuttavia, la motivazione è anche una forza intrinseca innata per gli esseri umani. Qualsiasi azione richiede motivazione, se deve essere eseguita con successo. Senza motivazione, l'apprendimento efficace non può aver luogo. Tuttavia, la motivazione deve essere presente tanto negli insegnanti quanto negli studenti.



La motivazione è una variabile indipendente?

Nel contesto dell'insegnamento delle lingue, la motivazione è stata considerata, in qualche misura, come una variabile indipendente. Tuttavia, la motivazione non è una variabile individuale o isolata. Ci sono forme diverse di motivazione: la motivazione ad apprendere le lingue, la motivazione relativa al contesto classe, agli argomenti trattati e alle strategie utilizzate durante le lezioni, ad esempio.

Possiamo anche distinguere tra motivazione intrinseca ed estrinseca. Da un lato, gli studenti possono essere impegnati nel processo di apprendimento in virtù di un determinato atteggiamento da parte del docente: questo tipo di motivazione viene da fuori ed è principalmente responsabilità degli insegnanti. D'altra parte, gli studenti possono essere motivati in funzione dei loro interessi personali, delle loro esigenze e preferenze. Questa motivazione intrinseca ovviamente varia da individuo a individuo.

Nell'apprendimento di una seconda lingua (L2), più motivato è lo studente, maggiori sono le probabilità di successo. La ricerca suggerisce che la motivazione possa influenzare l'apprendimento delle lingue più dell'attitudine verso le stesse lingue straniere (Gardner & Lambert, 1972). Così, la motivazione deve essere promossa il più possibile, perché aiuta l'apprendimento delle lingue. Inoltre, l'apprendimento delle lingue può avere un notevole impatto sul benessere sociale e psicologico di una persona, mentre la fiducia e l'autostima possono essere migliorate attraverso l'apprendimento delle lingue straniere.

La motivazione è anche decisiva per l'apprendimento autonomo, dal momento che può avere un impatto considerevole sui progressi degli studenti. Se gli insegnanti, i genitori, i propri coetanei, ecc, sono anche motivati, il processo di apprendimento si consolida e lo sforzo richiesto viene ridotto, dal momento che l'apprendimento diventa un'esperienza condivisa. Questo supporta la teoria dell'autodeterminazione o SDT (Vansteenkiste et al, 2006). Secondo questa teoria, l'autonomia, la competenza e la relazionalità sono bisogni psicologici che tutti noi abbiamo. Così, favorire la motivazione può aiutare gli studenti ad essere più sicuri e autonomi, e consente loro di ampliare la conoscenza del mondo, così come di aumentare la loro soddisfazione e il loro divertimento .

Gli studi sulla motivazione dimostrano che gli studenti intrinsecamente motivati riescano molto meglio in classe (Dörnyei 1998 , Bernard 2012; Thanasoulas 2002) . Questa evidenza suggerisce che questi studenti sono più competenti, più interessati alla lingua che stanno imparando, e più soddisfatti del loro apprendimento. Coloro che sono intrinsecamente motivati sono anche più coinvolti e decisi, e prendono parte attiva nel processo di apprendimento. Questi sono gli ingredienti fondamentali per il successo dell' apprendimento L2 , e questa è la ragione per cui la motivazione, sia intrinseca che estrinseca, è così importante per l'apprendimento delle lingue, che è un processo senza fine che richiede uno sforzo considerevole per tutta la vita.

Motivazione – una pietra miliare nei processi di insegnamento e apprendimento delle lingue nell'ambito del Label Europeo delle Lingue



Ogni anno, i progetti candidati ad ottenere il Label Europeo delle Lingue sono valutati in base a determinati criteri, tra cui innovazione, trasferibilità, orientamento europeo, e capacità di motivare i discenti. Ma la motivazione degli insegnanti è altrettanto importante.

In generale, i coordinatori di progetti linguistici fondano il successo del progetto sulla loro motivazione personale, al fine di migliorare l'insegnamento e le esperienze di apprendimento delle lingue da parte dei loro studenti. Tuttavia, ricevere il Label europeo delle lingue è anche motivante, perché si tratta del riconoscimento degli sforzi dei coordinatori e del valore educativo delle loro idee. Inoltre, il Label contribuisce alla diffusione dell'iniziativa e quindi alla sua sostenibilità.

Di seguito è riportato un elenco di alcuni fattori che contribuiscono ad aumentare o sostenere la motivazione. Va notato che questa è una classificazione generale, poiché la maggior parte delle buone prassi comporta più di una strategia motivazionale.

Strategie motivazionali generali applicate a diversi settori educativi

Sulla base dell' analisi di esempi di buone prassi in progetti che hanno ottenuto il Label Europeo delle Lingue svolta dalla Rete Nellip, le strategie più importanti per favorire la motivazione sembrano essere le seguenti:

1. **Contenuto e attività pratiche e divertenti:** giochi, simulazioni, spettacoli e concorsi vengono utilizzati per coinvolgere l'attenzione degli studenti e aumentare la loro partecipazione al processo di apprendimento della lingua.
2. **Metodi dinamici e approcci innovativi nell'apprendimento delle lingue:** è importante stabilire un chiaro percorso di apprendimento basato su un approccio orientato all'azione .
3. **Risorse di apprendimento variegate e aggiornate:** queste arricchiscono il discente e aumentano le possibilità di un apprendimento efficace.
4. **Materiali autentici nell'insegnamento e nell'apprendimento delle lingue:** questi migliorano la motivazione degli studenti e facilitano l'acquisizione del linguaggio.
5. **Contesti specifici (ESP / CLIL):** l'apprendimento delle lingue per scopi specifici e/o professionali e/o di studio può anche aumentare la motivazione.
6. **Uso dell'ICT:** questo incoraggia le persone ad essere consapevoli delle possibilità offerte dalle tecnologie più attuali.
7. **Promozione dell' apprendimento autonomo:** questo può incoraggiare gli studenti ad essere più indipendenti, consentendo loro di prendere iniziative proprie.
8. **Promuovere la mobilità:** questo aumenta la consapevolezza delle differenze culturali tra i paesi, aiutando gli studenti a sviluppare competenze interculturali
9. **Accesso a contesti multiculturali:** conoscenza ed esperienza culturale aumentano anche le competenze interculturali degli studenti
10. **Incoraggiamento del multilinguismo:** più lingue gli studenti possono parlare, maggiori sono le possibilità di trovare opportunità di lavoro interessanti.
11. **Opportunità di interazione sociale nella lingua di destinazione:** interagire tra studenti è davvero importante, dal momento che fornisce la possibilità di fare amicizia e familiarizzare con diversi contesti sociali .

12. **Coinvolgimento degli studenti nel mondo del lavoro:** questo incoraggia gli studenti a considerare il valore della lingua d'arrivo nelle loro future carriere.
13. **Partecipazione alla comunità locale:** la motivazione può essere aumentata grazie all'interazione tra l'istituzione scolastica e la sua comunità locale. Questo dimostra agli studenti che è anche possibile imparare fuori dalla classe.
14. **Riconoscimento della qualità del progetto:** i coordinatori sono motivati quando ricevono un riconoscimento per i loro progetti. Si tratta della spinta giusta affinché altre persone si facciano coinvolgere nel progetto.

Tenendo presente che gli studenti sono motivati da fattori diversi e che saranno selezionate le più rilevanti strategie motivazionali per ciascun settore formativo, è importante capire che la motivazione nel campo dell'istruzione superiore differisce dalla motivazione nel campo dell'istruzione scolastica, nella formazione degli adulti e nella formazione professionale. Questi settori educativi condividono alcune caratteristiche, ma differiscono anche in termini di metodi e procedure utilizzate dagli insegnanti, che svolgono un ruolo così importante per l'apprendimento e la motivazione degli studenti. Ovviamente, le strategie utilizzate per motivare un bambino di sei anni sono molto diverse da quelle utilizzate per migliorare la motivazione di un adolescente quindicenne. In tutti i casi, "la motivazione degli studenti deve essere stimolata in modi diversi per ciascuna lezione" (Debnath 2005⁵; D'Souza and Maheshwari 2010⁶).

Aspettative soddisfatte e disattese

Dall'analisi condotta nell'ambito del progetto NELLIP emerge come le principali aspettative dei promotori dei progetti siano state soddisfatte, dal momento che i loro progetti hanno ottenuto il Label Europeo delle Lingue. Questo ha aumentato la visibilità delle loro iniziative e ha mostrato come i progetti rispettassero criteri di qualità. Ma non tutti i progetti linguistici hanno lo stesso impatto. Alcuni progetti sono stati solo parzialmente di successo a causa della mancanza di finanziamenti o di iniziative volte ad assicurare la sostenibilità del progetto stesso. Secondo il rapporto transnazionale NELLIP, la maggior parte dei progetti premiati lottano per continuare a vivere oltre la fine del periodo di finanziamento: dovremmo, pertanto, tenere a mente la necessità di cercare di garantire la continuità e la longevità dei progetti.

⁵ Debnath, S. C. (2005). 'College student motivation: an interdisciplinary approach to an integrated learning systems model. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 6(3), 168-189.

⁶ D'Souza K.A. and S.K Maheshwari (2010). 'Factors influencing student performance in the introductory management science course'. *Academy of Educational Leadership Journal*, 14(3), 99-120.

Motivazione – esempi di buone prassi nell’ambito di progetti destinati alla formazione degli adulti

Adulti e apprendimento permanente

L'ultimo decennio ha visto l'apprendimento permanente come una questione chiave nelle politiche di educazione degli adulti. Il concetto di formazione permanente o 'apprendimento per tutta la vita' vede sostanzialmente l'apprendimento come una professione per tutta la vita, indipendentemente dall'età dei discenti. Tuttavia, il potenziale di apprendimento in età adulta non è stato ancora pienamente sfruttato nella maggior parte dei Paesi europei. Recentemente i responsabili delle politiche dell'istruzione dell'UE hanno capito che l'apprendimento degli adulti è fondamentale perché è essenziale per la competitività e l'occupabilità, l'inclusione sociale, la cittadinanza attiva e lo sviluppo personale.

Come imparano gli adulti?

Gli insegnanti degli adulti devono essere consapevoli delle possibili motivazioni che guidano i loro studenti in modo da modellare i materiali didattici e le lezioni in aula in modo appropriato. Gli adulti sono motivati principalmente dalle loro esperienze passate e presenti. Altri fattori motivanti nella formazione permanente sono:

- 1) **Integrazione dei discenti adulti nel mercato del lavoro:** una delle motivazioni principali per i discenti adulti disoccupati è trovare un lavoro. La disoccupazione spesso porta a un desiderio di maggiore formazione perché la concorrenza per il lavoro è sempre maggiore. Esempio: [Nederlands voor anderstaligen + taalpreventie](#) (Belgio).
- 2) **Multilinguismo:** le il progetto [Cross Perspectives on Exile](#) (Repubblica Ceca) offre una grande opportunità per gli studenti adulti di sviluppare le loro competenze interculturali e di aumentare la loro consapevolezza del valore della diversità.
- 3) **Comunicazione attiva:** [Place of work as a learning environment for Finnish](#) promuove il dialogo interculturale e stretti rapporti con i datori di lavoro, tenendo conto della necessità di competenze linguistiche nei luoghi di lavoro.
- 4) **Apprendimento individuale:** autoapprendimento e autonomia danno agli studenti una sensazione di indipendenza: gli adulti sono motivati a studiare al proprio ritmo - si veda, ad esempio, [Mnemo 25 Method](#) (Estonia).
- 5) **Materiali autentici e partecipazione della comunità locale:** l'interazione con l'altro attraverso attività divertenti coinvolge persone che non appartengono alla comunità di apprendimento: questo è davvero importante dal momento che offre la possibilità di formare relazioni e valutare la propria competenza linguistica in un ambiente autentico - si veda, ad esempio, [Open the window](#) (Portogallo), [Welsh for Adults](#) (UK), e [Authentik Language Interactive](#) (Irlanda).
- 6) **ICT:** tenendo presente che i discenti adulti spesso non sono 'nativi' digitali, l'uso dell'ICT è una sfida per loro, nonché un elemento di grande interesse - ad esempio: [E-tridem.Net](#) (Spagna).

3. Networking tra iniziative linguistiche che hanno ottenuto il Label Europeo delle Lingue

Autori:

Universal Learning System, Irlanda

EuroEd Foundation, Romania

3.1 Disseminazione, valorizzazione, sostenibilità

Antefatto

Prima di impegnarsi in uno studio approfondito su come garantire la valorizzazione ed il networking tra progetti linguistici, è importante rispondere ad altre domande: perché alcune risorse dei progetti (bilancio e personale) vengono investite in tali attività di promozione? Quali sono gli obiettivi della promozione? Alcune delle risposte più frequenti sono elencate di seguito .

Informare gli utenti finali del progetto

Questa è la ragione principale per promuovere un progetto, ma può valere la pena pensare a tutti i potenziali benefici che possono trarne gli utenti finali, che rappresentano spesso gruppi eterogenei (studenti di diverse età, insegnanti, istituzioni di formazione e altre agenzie formative locali). I benefici derivanti da simili attività di promozione saranno diversi per ciascuno di questi gruppi. Il progetto deve raggiungere il massimo numero di persone per un minimo di spesa, in modo da promuovere il progetto nel modo più appropriato e più mirato.

Contribuire all'attuazione della politica europea

Ci sono ovvie ragioni per sottolineare l'importanza delle lingue per l'Europa. Basti pensare a temi quali l'integrazione, l'identità, la coesione sociale, l'economia, l'occupazione, la mobilità... Tuttavia, per quanto valide siano queste ragioni generali, un progetto di solito ha bisogno di avere motivazioni più specifiche perché possa essere ritenuto speciale.

Contribuire all'attuazione delle politiche regionali / nazionali / locali

Il progetto può sostenere queste politiche a vari livelli (sostenere le politiche nazionali per la formazione professionale o soddisfare le esigenze locali per l'occupazione) ed è importante essere consapevoli di come ciascun progetto si inserisca in tali dinamiche. Se il progetto contribuisce a queste politiche in qualche modo, si può ottenere il sostegno da parte delle agenzie, soprattutto in termini di promozione del progetto stesso.

Informare gli sponsor e gli organismi di finanziamento

Se un progetto è stato finanziato, è giusto far sapere agli organismi di finanziamento in che modo viene portato avanti. Se si tratta di un progetto della Commissione Europea, il processo di valutazione diventa un requisito fondamentale. Se un progetto può aiutare gli organismi di finanziamento a raggiungere i loro obiettivi politici, al tempo stesso chi finanzia i progetti può contribuire al progresso del progetto, suggerendo altre organizzazioni competenti che potrebbero essere interessate all'evoluzione del progetto, o dando informazioni relative a possibili nuovi sviluppi che il progetto stesso può intraprendere.

Sostenere e migliorare l'immagine della propria organizzazione

Un progetto aiuta a sostenere gli obiettivi dell'istituto promotore, ma può anche contribuire ad aumentarne il profilo o ad aprire nuove reti e partenariati da cui

l'istituto promotore potrebbe trarre vantaggi. Se un progetto riesce ad attirare l'attenzione dei media o a guadagnare un premio, questo comporterà un vantaggio senza pari per l'organizzazione promotrice.

Aumentare l'impatto del progetto in rete

Il networking è generalmente considerato come il percorso essenziale per estendere e migliorare le attività dei progetti, incorporandoli in ambienti sociali ed economici più ampi e diversificati. Ci sono organizzazioni che possono utilizzare le proprie reti di contatto e i propri sistemi di comunicazione per mantenere in vita il progetto. Questo può essere un tema delicato per alcuni progetti che, per quanto di successo, possono avere qualche difficoltà nell'ottenere un rinnovo del finanziamento.

Rendere commercializzabile un progetto linguistico

Si potrebbe estendere notevolmente la durata del progetto, vendendo il risultato finale in un mercato specializzato o anche ad un pubblico più generalizzato.

Gestire il cambiamento e l'innovazione

Uno dei principali criteri stabiliti dalla Commissione europea nel finanziamento di un progetto linguistico è la portata innovativa che il progetto assicura al contesto educativo dell'Unione europea. Questo criterio è anche uno dei sei utilizzati per assegnare il Label Europeo delle Lingue (indicato sotto forma di originalità e creatività): ["Le iniziative dovrebbero essere originali e creative. Esse dovrebbero introdurre metodi precedentemente sconosciuti nell'apprendimento delle lingue, ma anche assicurarsi che siano adeguate agli studenti interessati"](#).



La disseminazione e la valorizzazione (e l'impatto diretto sulla sostenibilità) dovrebbero facilitare il cambiamento e l'innovazione, trovando un equilibrio tra la promozione dell'innovazione, il mainstreaming, e l'attuazione di buone prassi che rendono utile la promozione stessa.

Una questione importante da considerare quando si realizza un progetto (e implicitamente quando si definisce la sua strategia di promozione) è cercare di capire le ragioni legate al fallimento dell'innovazione. Nei progetti linguistici, le cause più comuni sono:

- i requisiti e le aspettative degli stakeholder non sono chiare
- il personale addetto all'attuazione dell'innovazione non è adeguatamente addestrato nelle nuove competenze richieste
- il progetto è a corto di risorse in termini di denaro, tempo e personale
- i beneficiari non sono adeguatamente supportati durante i loro tentativi di implementare l'innovazione (mancanza di comunicazione da parte dei promotori di progetti).

3.1.1 Disseminazione

"La disseminazione è definita come un processo pianificato atto a fornire informazioni sulla qualità, la pertinenza e l'efficacia dei risultati di programmi e iniziative. La disseminazione si verifica nel momento in cui sono disponibili i risultati dei programmi e delle iniziative in questione"- [The Lifelong Learning Programme 2007-2013 – Glossary](#).

Gli obiettivi principali della disseminazione sono:

- progettare un piano per annunciare ciò che verrà realizzato nell'ambito di un progetto
- comunicare con gli stakeholder
- sensibilizzare l'opinione pubblica
- promuovere nuovi risultati del progetto.



La pianificazione di una strategia di disseminazione coinvolge i principali passaggi elencati di seguito. Si consiglia anche di analizzare i casi di studio individuati e che hanno ottenuto il Label Europeo delle Lingue:

- definire i canali di disseminazione
- definire con precisione il ruolo del coordinatore e degli altri partner nella fase di disseminazione
- allocare un budget definito e un numero di giorni adeguato alla realizzazione del piano di disseminazione
- specificare la durata di ogni attività e il tempo di sviluppo previsto per un'attività di disseminazione



Il progetto [Glottodrama](#) è stato finanziato nel 2007 nell'ambito del Programma Lifelong Learning. Lo scopo del progetto era quello di sviluppare e testare una metodologia innovativa per l'insegnamento delle lingue straniere, integrando i processi di apprendimento comunicativo tradizionali con le tecniche dinamiche di arti teatrali. Il progetto è stato premiato con il Label in Italia nel 2010.

La disseminazione può (e deve) avvenire sia all'interno delle istituzioni partner che al di fuori di esse. Alcuni esempi di attività di disseminazione, che possono essere svolte nell'ambito delle istituzioni partner, sono:

- posizionare informazioni sul progetto, con link al portale web del progetto, sui siti internet di ciascun istituto partner
- scambiare informazioni su progetti simili durante riunioni con il personale impiegato nelle istituzioni partner

- visualizzare e aggiornare la comunicazione in ogni istituto partner per informare il personale, i beneficiari e le reti sugli eventi del progetto, e distribuire volantini del progetto tra il personale e gli studenti
- partecipare a workshop locali / nazionali / internazionali, seminari, conferenze o fiere
- assicurare un'adeguata copertura mediatica: comunicati stampa, interviste, annunci, brochure, newsletter, Facebook, Twitter, blog, ecc.

3.1.2 Valorizzazione

La valorizzazione di un progetto comprende i concetti di mainstreaming e moltiplicazione. Per mainstreaming si intende il “processo pianificato di trasferire i risultati di successo di un progetto o di un’iniziativa ai vari decisori identificati a livello locale, regionale, nazionale ed europeo”. La moltiplicazione è il “processo pianificato di convincere i singoli utenti finali ad adottare e/o applicare i risultati dei programmi e delle iniziative in questione” - [The Lifelong Learning Programme 2007-2013 – Glossary](#).

Gli obiettivi principali di un’attività finalizzata ad implementare la valorizzazione di un’iniziativa linguistica sono:

- cercare di cambiare le politiche e le pratiche correnti
- garantire che i risultati del progetto siano adottati dagli utenti finali (gruppi destinatari)
- moltiplicare i risultati del progetto e le migliori prassi
- trasferire le pratiche progettuali e i prodotti in altri contesti educativi, in altri paesi, ecc

Una strategia di valorizzazione di successo coinvolge step ben precisi:

- definire i canali e le strategie per massimizzare l'impatto
- creare una strategia di sfruttamento sia a livello di partenariato che a livello nazionale, regionale e locale
- allocare un budget definito ed un numero adeguato di giorni per garantire la valorizzazione del progetto

3.1.3 Sostenibilità

La sostenibilità è “la capacità di un progetto di continuare a funzionare oltre la fine del contratto. I risultati del progetto vengono utilizzati e sfruttati continuamente” [Lifelong Learning Programme 2007-2013 – Glossary](#).

I principali obiettivi della sostenibilità sono:

- garantire che il progetto produca benefici duraturi per i partecipanti e la comunità in generale

- garantire che il progetto sopravviva una volta terminato il suo ciclo di vita classico

La sostenibilità rappresenta una delle più grandi sfide per i progetti. Al momento di definire una strategia di sostenibilità, dobbiamo concentrarci sui fornitori di servizi (cioè coloro che sviluppano il progetto) da un lato, e sui clienti (il gruppo target) dall'altro. Nella pianificazione per la sostenibilità, le azioni più importanti da considerare sono:

- la creazione di un piano di sostenibilità, di un piano di commercializzazione o di un business plan per vendere i risultati tangibili del progetto
- la definizione dei ruoli del coordinatore e degli altri partner in riferimento alla sostenibilità del progetto
- la redazione di un accordo sui diritti di proprietà intellettuale



Il progetto [IN-CLASS: International Communication and Language Assessment](#) si è svolto tra il 2009 e il 2011 ed è stato parzialmente finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma Leonardo Da Vinci. Obiettivo del progetto era eliminare le barriere linguistiche che le PMI incontrano nel dialogo con i loro partner. Il progetto ha ricevuto il Label in Romania nel 2011.

Come creare un piano per la sostenibilità

Un piano di sostenibilità dovrebbe garantire che le istituzioni partner abbiano una strategia coerente e realistica per continuare il progetto, dopo la fase di finanziamento. Il modo migliore per garantire la sostenibilità è trovare uno sponsor disposto a continuare a finanziare le iniziative, oppure vendere i prodotti del progetto. Se si sceglie la seconda opzione, il modo migliore per avvicinarsi alla vendita dei prodotti è quello di creare un business plan, in cui il reddito e le spese sono proiettate su un periodo di anni. Un business plan è uno strumento per valutare le proposte commerciali, una tabella di marcia per il raggiungimento degli obiettivi di business e di controllo dei risultati. Come in ogni settore, un piano aziendale per la vendita dei prodotti dei progetti linguistici dovrebbe essere flessibile.

Possibile struttura di un business plan



- RIASSUNTO ESECUTIVO
- DESCRIZIONE DEL PRODOTTO E DEL SUO VALORE DISTINTIVO
- MERCATI POTENZIALI
- COMPETIZIONE
- PIANO FINANZIARIO
- TEAM DI GESTIONE E ORGANIZZAZIONE
- MARKETING E STRATEGIA DI VENDITA
- ALLEANZE STRATEGICHE
- PRINCIPALI RISCHI ED EXIT STRATEGY

Il business plan deve coinvolgere sia i partner attuali sia le persone o le istituzioni interessate a continuare il progetto nel futuro. La creazione di un interesse economico rende il progetto più propenso a continuare dopo la sua vita e a diventare auto-sostenibile.

Diritti di proprietà intellettuale

Un accordo sulla proprietà intellettuale definisce i diritti di tutti i partner coinvolti nel progetto, in caso di pubblicazione, uso commerciale o altro sfruttamento dei materiali del progetto. All'inizio, i partner dovranno indicare chiaramente le proprie aspettative (finanziarie) per quanto riguarda il loro contributo, quando si tratta di capitalizzare i risultati del progetto. Spesso i coordinatori del progetto lasciano le discussioni riguardanti i diritti intellettuali alla fine del progetto: questo non è consigliabile in quanto vi possono essere discussioni nel tentativo di risolvere potenziali conflitti.

Le componenti essenziali di un accordo per la proprietà intellettuale sono:

1. Definizione delle parti contrattuali
2. Definizione dei termini utilizzati
3. Oggetto del contratto
4. Punti concordati
5. Firme di tutte le parti contrattuali.

3.2 Attività di networking nelle iniziative assegnatarie del Label Europeo delle Lingue

Networking – panoramica

Il networking è una delle caratteristiche più importanti nelle fasi di progettazione e gestione di un progetto. Nei progetti europei finanziati dalla Commissione, in particolare, la rete è vista come un elemento vitale per conseguire risultati sostenibili e come una componente chiave delle strategie per la valorizzazione, la diffusione e la creazione di valore aggiunto. Il networking è generalmente considerato come il percorso essenziale per estendere e migliorare le attività dei progetti, incorporandoli in ambienti sociali ed economici più ampi e diversificati.

È importante analizzare gli elementi chiave della rete come concetto e di esplorare i modi in cui il networking funziona o non funziona nel raggiungimento degli obiettivi concordati. Il networking in sé può essere visto in molti modi. Tuttavia, è importante delineare e concordare le norme e i criteri che possono rendere la rete un mezzo chiave di alta qualità per raggiungere il massimo impatto in una serie di settori.

Negli strumenti più innovativi di comunicazione, la rete è la pratica di collegare due o più dispositivi di elaborazione al fine della condivisione dei dati. Le reti sono costruite utilizzando un mix di hardware e software. In un contesto generalizzato, la rete può essere definita come il luogo dello scambio di informazioni, dati o servizi tra individui, gruppi, enti e/o istituzioni. Nel campo del commercio e dell'industria, la rete è vista più specificamente come la coltivazione intenzionale e la valorizzazione di rapporti produttivi e come uno strumento chiave per garantire valore aggiunto.

Il networking applicato al business è, dunque, un'attività economica e sociale in cui individui, gruppi di individui o gruppi con interessi ed esperienze simili riconoscono, creano, sostengono opportunità, contatti, sistemi di comunicazione o prodotti. In questo senso, si tratta di una forma altra di social networking con un focus specifico sulla struttura delle attività professionali. Diverse organizzazioni imprenditoriali e professionali di primo piano hanno creato modelli standard per l'attività di rete. Utilizzando tali modelli possono consentire ad individui e gruppi di persone di costruire nuove relazioni e di generare nuove opportunità commerciali.

Tutti i rapporti umani possono essere considerati, in un certo senso, come vere e proprie reti. In questo caso, il networking si riferisce all'uso intenzionale di contatti, link ed esperienze strutturate, al fine di sostenere specifiche attività professionali. Il networking è un'attività a basso costo, che comporta un impegno più del personale del denaro, ma richiede fasi di pianificazione, progettazione e valutazione.

Fondamento logico

La comunicazione rappresenta il cuore del networking. Mentre alcune delle ricerche necessarie per le fasi iniziali di un progetto possono essere statiche, il punto critico della crescita è quando gli attori del progetto iniziano il processo di comunicazione. Si tratta di essere in grado di formulare questioni, temi e domande da destinare alle altre parti interessate a prendere parte al progetto, così come significa impegnarsi in un processo bidirezionale di riflessione critica e di apprendimento condiviso. Una comunicazione chiara facilita tale processo e comporta l'utilizzo di una terminologia altrettanto chiara. Comunicazioni chiare e programmate e significati condivisi rappresentano due prerequisiti per il networking efficace .

Un altro motivo fondamentale per l'adozione di un approccio di rete è la questione del valore aggiunto. Ogni progetto è un tentativo di sviluppare qualcosa di nuovo, o di costruire in modo nuovo su tecniche, conoscenze e pratiche esistenti. Il progetto può essere migliorato e rafforzato tramite l'aggiunta di valore attraverso aspetti non precedentemente inclusi nello sviluppo del progetto stesso. L'impegno e la collaborazione tra le diverse parti interessate spesso portano a risultati di apprendimento inattesi e ad innovazioni non pianificate.

Nell'estendere il pubblico di un progetto, la rete attrae nuovi soggetti interessati, che giocano un ruolo critico nel fornire feedback e valutazione dei processi e dei risultati del progetto stesso e aiutano a garantire la sostenibilità del progetto o dei suoi prodotti. In rete aumenta in modo significativo il pubblico di potenziali soggetti interessati. In questo modo, una massa critica inizia a conoscere e a condividere i risultati del progetto e dei prodotti, che hanno una probabilità maggiore di continuare ad essere utilizzati. In un momento di incertezza e di crisi economica in cui non ci sono garanzie, la rete aumenta la probabilità di un progetto di essere sostenibile nel lungo periodo.

Un altro motivo fondamentale del networking è la dimensione qualitativa, vale a dire un aumento di apprendimento reciproco. Questo apprendimento condiviso è un processo creativo e dinamico, che si estende e approfondisce l'impatto del progetto, facilitando lo scambio di conoscenze, l'azione congiunta e le partnership che rafforzano la capacità di ricerca e innovazione individuale e collettiva. L'apprendimento comune crea anche una nuova base di competenze condivise, che può servire come trampolino di lancio per lavori successivi o per l'ampliamento e la modifica dei prodotti e dei risultati già esistenti.

Una caratteristica ulteriore del networking è quella di aumentare l'impatto della dimensione europea del progetto, perché le buone reti aspirano a influenzare le politiche comunitarie. Partendo da questo presupposto, gli attori protagonisti di un progetto si impegneranno in un costante dibattito con le istituzioni europee, in modo da partecipare alle consultazioni politiche comunitarie e contribuire alla formazione di migliori prassi.

Metodologia

Dopo aver stabilito le definizioni di networking e la logica per la creazione di reti, è utile esaminare la metodologia utilizzata per la costruzione, l'ampliamento e la manutenzione di reti. Molto spesso i progetti sono basati su buone idee e bisogni definiti. Ma, al fine di sviluppare e trasformare queste idee in un cambiamento reale e significativo con un impatto sulla politica, sono necessari collaborazione e strutture di supporto .

Costruire reti sostenibili comporta una serie di fasi critiche :

- stabilire una visione comune: questa può essere basata su specifici gruppi di interesse o ampliata per includere settori o discipline aggiuntive. In sostanza, tutte le parti interessate dovrebbero essere in un ampio consenso circa l'importanza del tema legato alla costruzione di una rete, della condivisione di una visione e di uno scopo comune che assicurerà la crescita delle reti e delle loro strutture associate
- le reti spesso funzionano meglio quando i suoi membri condividono gli stessi valori. I più importanti sono: la fiducia, la volontà di assumere rischi e l'intento collaborativo
- le reti devono essere costruite su un'esperienza condivisa, basandosi su questioni comuni (come l'apprendimento della lingua) o settori specifici (tipo di scuola o livello di educazione). Almeno inizialmente, queste esperienze condivise sono alla base delle attività di rete
- una fase critica è la costruzione di reti che utilizzano contatti esistenti . Questi contatti emergono da lavori precedenti per cui gli elementi di contatto sono diventati obsoleti
- la fase successiva è quella di contattare le nuove fonti sulla base di rapporti già esistenti oppure coinvolgere i nuovi potenziali attori in modo innovativo e stimolante
- il marketing e la promozione sono elementi chiave per reti di pubblicità, e sono di fondamentale importanza per dimostrare quali vantaggi e benefici il coinvolgimento della rete può portare ai partner
- mentre le reti crescono, cominciano ad attirare un pubblico nuovo che va ben al di là dei gruppi originariamente previsti. Costruire una rete richiede pertanto meccanismi per rispondere alle richieste di ulteriori informazioni da parte dei membri potenziali o già esistenti. Alcuni sistemi amministrativi e di controllo sono pertanto utili a garantire che le reti rimangano fresche e di interesse per tutti coloro che ne sono coinvolti
- l'avvento di forme innovative di comunicazione negli ultimi due decenni ha portato allo sviluppo massiccio di e-networking, attraverso l'utilizzo di tecnologie Web 2.0 e dei social media. Questo può comportare un aumento esponenziale delle iscrizioni in rete, ma gli aspetti qualitativi possono essere discutibili, soprattutto per quanto riguarda l'impatto a lungo termine, l'impegno, l'interesse ed il valore. Reti specifiche, quali quelle che si possono sviluppare su Linked In, possono svolgere un ruolo molto utile per la comunicazione e la condivisione delle informazioni. In che misura contribuiscano al valore e alla sostenibilità è un fattore decisamente più discutibile.

Definire i risultati

Una sfida chiave per le reti, fin dalla loro istituzione, è quello di chiarire quali sono o quali dovrebbero essere i risultati chiave. Si tratta di concordare le risposte a una serie di domande su quello che la rete potrebbe o dovrebbe fare, sia per i suoi progettisti originali sia per la più ampia gamma di parti interessate. Reti di successo sono basate sulla loro rilevanza a tutte le esigenze degli stakeholder. Reti dinamiche sviluppano continuamente nuovi prodotti, coinvolgono nuovi attori, implementano innovazioni interessanti.

Il termine “comunità di apprendimento professionale” è diventato abbastanza comune negli ambienti della scuola. Il termine descrive un gruppo unito nel suo impegno per un determinato risultato. Nel caso dell'istruzione, l'impegno è quello relativo all'apprendimento degli studenti. La comunità si impegna in una serie di attività, tra cui la condivisione di una visione, di un lavoro e di un apprendimento collaborativo. Alcuni dei vantaggi derivanti dalla costituzione di una “comunità di apprendimento professionale” sono la riduzione dell'isolamento di insegnanti che risultano meglio informati e più impegnati.

L'idea di un' organizzazione che apprende continuamente, in cui vengono nutriti modelli nuovi ed espansivi di pensiero, dove l'aspirazione collettiva è libera, e dove le persone sono continuamente stimolate ad apprendere insieme, è relativamente nuova. Nel contesto educativo, una comunità di apprendimento coinvolge persone provenienti da più contesti, impegnate in un dialogo riflessivo e nell'identificazione di questioni chiave, problemi e soluzioni. Coloro che sono impegnati in tali conversazioni imparano ad applicare nuove idee e informazioni per risolvere i problemi, e sono quindi in grado di creare nuove condizioni di apprendimento per gli studenti. Strumenti fondamentali in questo processo sono: la presenza di valori condivisi ed una condivisa esperienza personale.

Definire i risultati ottenuti in nuove comunità di apprendimento è alla base del concetto di rete efficace in senso generale e specifico. Ciò implica che tutti i soggetti cominciano a sviluppare un qualche tipo di impegno condiviso con i temi e le questioni intorno a cui la rete è stata costruita - l'apprendimento delle lingue, gli approcci di qualità, le tecnologie innovative. Impegno comune significa anche che i benefici definiti possono essere conseguiti raggruppando le risorse e condividendo gli strumenti pedagogici e le intuizioni che emergono dalla riflessione critica e l'applicazione valutativa. Si tratta, nella fattispecie, di reti ad alta qualità: le persone utilizzano le reti per impegnarsi realmente in attività che si estendono e approfondiscono la comprensione condivisa e producono risultati concreti.

Costruire reti

Lo sviluppo di reti può seguire principi di carattere generale, ma in realtà ciascuna rete sarà plasmata dalla materia oggetto del gruppo stesso, dal profilo professionale degli interessati, dai punti di messa a fuoco e dagli obiettivi del gruppo di interesse e dalle risorse disponibili per le parti interessate. Non c'è un "look" prestabilito per le reti professionali: possono essere grandi o piccole; possono lavorare secondo strutture formali o possono operare più liberamente. Le reti professionali, quali le comunità di apprendimento della lingua, si impegnano in una vasta gamma di attività

e possono avere profili diversi, ma devono includere partecipanti che condividono i seguenti comportamenti:

- Prendersi cura dell'apprendimento e dei problemi incentrati nel progetto
- Sentirsi liberi di correre rischi
- Migliorare le aspettative di tutti
- Rispettare e valorizzare prospettive diverse dalla propria
- Valorizzare gli input provenienti dagli altri
- Svolgere il proprio meglio nell'affrontare le tematiche relative al proprio gruppo di appartenenza

Oltre a condividere ideali comuni e comportamenti, un networking di successo deve condividere un obiettivo comune. Per funzionare correttamente, inoltre, una rete deve essere informata sui dati di ricerca, concordare e seguire standard di qualità e concentrarsi su istruzione, equità e risultati. Il lavoro delle reti dovrebbe ampliare la conoscenza e l'abilità dei partecipanti, incoraggiando l'innovazione e l'eccellenza. Un fattore critico nelle reti di successo è la capacità dei membri di assumersi la propria responsabilità e di garantire un'alta motivazione. Le reti hanno bisogno della motivazione dei loro membri ad operare, crescere, sopravvivere ed espandersi.

Network e buone prassi

Nello sviluppo di rete per sostenere le migliori prassi per l'acquisizione di una seconda lingua, le parti interessate possono adottare una posizione minimalista o massimalista. Secondo l'approccio minimalista, è sufficiente fornire un forum in modo che avvengano il contatto iniziale, lo scambio di informazioni e le comunicazioni di base. Questo tipo di rete fornisce prova a finanziatori e promotori (per esempio, la Commissione europea) del fatto che sono state prese le opportune misure di base per estendere l'apprendimento e la pratica al di là della composizione iniziale del gruppo di progetto. Secondo l'approccio massimalista, il networking è visto come un elemento cruciale per il raggiungimento di un valore aggiunto tale da assicurare la generazione di nuovi progetti e di nuove iniziative. Tali reti sono guidate da quattro elementi chiave: l'innovazione, l'adattabilità, la creatività e la motivazione. Il networking non è di alcuna utilità e non ha alcuna funzione se non si fonda sulla comunicazione con altre persone. E in un network professionale, la comunicazione dell'innovazione è più importante della comunicazione circa l'uso e l'applicazione di modelli esistenti. Questo mette in evidenza l'efficacia nel capire e nell'accettare l'impatto della creatività e dell'innovazione. La collaborazione e la dimensione sociale sono convalidati dall'approccio adottato in progetti come NELLIP la cui efficacia e i cui standard di qualità sono stati evidenziati dai partner.

3.3 Il networking, il Label e la formazione degli adulti

Il Label Europeo delle Lingue è uno stimolo significativo per lo sviluppo di iniziative finalizzate all'insegnamento delle lingue in tutta Europa nel settore della formazione degli adulti. Il Label ha incoraggiato una vasta gamma di iniziative di formazione permanente nell'apprendimento delle lingue. Il Label agisce come un elemento di forte incoraggiamento. Mentre l'ottenimento di un diploma di laurea o di un titolo accademico riconosciuto non è l'obiettivo di tutti gli studenti adulti, una qualche forma di studio formale è necessaria per la maggior parte degli studenti adulti di lingue straniere. Questo studio potrebbe includere test di preparazione, di formazione professionale o corsi che portano a qualifiche professionali.

Gli insegnanti coinvolti nella formazione, i responsabili politici e gli amministratori devono assicurare che gli studenti siano a conoscenza delle opzioni che esistono, e prepararli con gli strumenti e le strategie necessarie. L'orientamento degli studenti, i servizi di consulenza e l'integrazione dei programmi di formazione degli adulti nei sistemi di apprendimento della comunità diventano necessari per soddisfare le particolari esigenze dei discenti adulti. Questi approcci, una volta combinati, possono servire efficacemente le esigenze di studenti adulti di lingue straniere.

Mentre la maggior parte dei sistemi di formazione degli adulti sono stati sottoposti a un periodo di riforma, non è ancora chiaro se essi hanno raggiunto l'obiettivo di fornire occupabilità sostenibile agli stessi partecipanti. Un possibile è quello di aumentare la gamma di conoscenze fornite agli individui: l'accento, quindi, è posto sulla formazione generale e professionale. Una questione fondamentale della formazione linguistica degli adulti in quasi tutti i paesi europei durante l'attuale periodo di crisi è soddisfare le esigenze dei lavoratori migranti o immigrati arrivati di recente. Nella maggior parte dei paesi europei, vediamo anche un numero crescente di prima e seconda generazione di immigrati con basso livello di istruzione. Molti sono i giovani di età compresa tra 16-24 che non sono più nei sistemi scolastici pubblici o non hanno mai fatto parte di quel sistema, sia perché erano troppo vecchi per entrare nella scuola secondaria quando sono arrivati, o perché non hanno deciso di entrare nel mondo della scuola. Altri ancora devono lavorare per sostenere se stessi e le loro famiglie. Oltre alle molteplici esigenze educative ed economiche di questo gruppo di discenti, ci sono sfide culturali che i giovani immigrati in transizione affrontano, in particolare quelli la cui mancanza di opportunità educative possa metterli ai margini della società.

Questi molteplici vincoli sociali sono ben noti agli educatori degli adulti, che sono anche consapevoli del fatto che la conoscenza di una seconda lingua rappresenti uno strumento essenziale per l'integrazione socio-economica e per la riduzione dei livelli di emarginazione ed esclusione sociale. L'assegnazione del Label ha spesso sottolineato l'aspetto basato sui diritti di tale apprendimento delle lingue.

La rete può avere un ruolo essenziale tra gli operatori di questo settore perchè contribuisce a creare un legame tra coloro che lavorano nello stesso campo. La rete, dunque, rappresenta un valore aggiunto per migliorare il livello di collaborazione tra gli esperti di settore.