

ITALIEN

1 - VERSION

« RAGAZZI, INTERNET NON BASTA, PER CONOSCERE IL MONDO CI VUOLE IL LATINO »

Noi oggi parliamo male e abbiamo bisogno di ecologia linguistica. Simili agli abitanti di Babele, rischiamo di non capirci più; vittime di una comunicazione frettolosa, malata e talvolta anche violenta, smarriamo il vero significato delle parole. Il latino, lingua madre del nostro italiano, ci consente di risalire al significato originario delle parole, di riconoscere il loro volto, di ripercorrere la loro storia. Il latino ti insegna la dimensione del tempo.

Lingua madre delle lingue neolatine dal Mar Nero all'Atlantico e per oltre venti secoli lingua europea della politica e dell'Impero, della religione e della Chiesa, della cultura e della scienza, il latino ci mette in relazione con la storia; e ci dice che la cultura, come la vita, è un patrimonio comune e perenne che varca l'oggi e appartiene non solo a noi ma anche ai trapassati e ai nascituri. Forse questa è l'eredità più preziosa, perché oggi tu — **connesso con l'immensa rete del mondo (www) — rischi di sperimentare solo la dimensione spaziale e di rimanere schiacciato dall'eterno presente:** senza cognizione del tempo, l'unica dimensione che ci consente di conoscerci e di progettare.

Con la lingua e cultura latina, potrai confrontarti con l'uomo cosmico; in compagnia di Cicerone, con l'uomo politico; in compagnia di Seneca, con l'uomo interiore.

Famiglia Cristiana, 16 settembre 2017

2 - THÈME

Comment le monde s'éprit de l'« italianité »

Design, cuisine, romans, cinéma... L'image de l'identité italienne est aujourd'hui la quintessence de l'élégance et de l'émotion. Un nouveau pôle de recherche de l'UNIL explore les sources de ce rayonnement. Dites « italianité », voyez ce qui vient à l'esprit. Des Vespa et des costards ajustés, peut-être. Des plats en équilibre entre raffinement et simplicité. Une séquence de *La Grande Bellezza* mariant l'Antiquité à l'hypermodernité. Les envoûtements romanesques d'Elena Ferrante. Et des *Chaussures italiennes* qui sont devenues le titre d'un best-seller suédois. L'imagerie de l'*italianità* renvoie aujourd'hui à une harmonie idéale entre chic suprême et vie quotidienne, entre tradition et modernité, entre clichés attachants et innovation créative. Cette représentation se met en place dans les années 80 : la décennie du *riflusso* (le retour vers la sphère privée, après la politisation intense des années 60 et 70), de l'explosion de la télé berlusconienne et de la fin de l'émigration de masse des Italiens. On voit alors se développer « politiques productives et culturelles, dans le secteur public comme dans l'industrie privée, visant à promouvoir une nouvelle vision du *made in Italy* », note l'historienne Nelly Valsangiacomo, coresponsable, avec l'italianiste Niccolò Scaffai, du flambant neuf Pôle de recherche interdisciplinaire sur l'italianité de l'Université de Lausanne. L'occasion de se demander comment l'imaginaire mondial construit l'image de l'identité italienne depuis une trentaine d'années.

Le Temps, 25 Septembre 2017

3 - ESSAI - Les candidats traiteront l'un des deux sujets proposés et indiqueront le nombre de mots employés (de 225 à 275).

1. In base alle vostre conoscenze, per creare i nuovi mestieri di domani come dovranno le imprese italiane, secondo voi, integrare le nuove tecnologie?
2. Il candidato dica se, secondo lui, il digitale ossessivo sullo smartphone, contribuisca a isolarci di più oppure a creare legami.