

Hellmut Riediger

Comunicare tra lingue e culture

Sommario

I. Comunicazione interculturale	3
II. Comunicazione	7
Gli assiomi della comunicazione umana	7
Trasmissione dei messaggi e contesto sociale.....	9
III. Lingua	11
Le funzioni del linguaggio.....	12
IV. Cultura	14
Prima le parole o le cose?.....	17
Bibliografia.....	22

I. Comunicazione interculturale

Da sempre gli uomini hanno voluto sapere cosa altri uomini vissuti in epoche precedenti o che vivono in altre parti della Terra pensano, fanno e sentono. In altre parole, hanno sempre voluto travalicare i confini della propria lingua e della propria cultura per conoscere i valori e i modi di comportarsi di altre società o collettività umane.

Senza comunicazione inter- o transculturale non sapremmo cosa accade o è accaduto nelle altre parti del mondo o cosa pensano, credono o sentono le genti a noi «estrane». Non potremmo leggere la Bibbia, né i romanzi dei grandi autori russi né vedere un film giapponese o una telenovela sudamericana. Saremmo tagliati fuori da gran parte del mondo e della storia.

Tra i principali protagonisti della comunicazione tra le culture ci sono i traduttori le cui scelte traduttive richiedono sforzi e capacità non comuni. Infatti, poiché la comunicazione non avviene solo attraverso i segni condivisi di una lingua, ma sempre anche all'interno di un determinato contesto culturale, se vogliamo comunicare tra due lingue diverse, i messaggi oltre che essere comprensibili a livello linguistico devono inserirsi nella cultura ricevente in modo adeguato alle specifiche esigenze comunicative.

Quello di «comunicazione interculturale» è un concetto relativamente nuovo. Fino a qualche decennio fa si parlava soprattutto di «comunicazione internazionale», «comprensione internazionale», «comprensione tra i popoli» o «comprensione tra le culture».

«La General electric deve diventare più cinese dei cinesi» diceva un articolo apparso su un giornale di qualche anno fa, sottolineando come per riuscire a penetrare nei mercati di paesi come Cina e India, sia fondamentale interiorizzarne le culture. «Dobbiamo comprendere le culture, ascoltare di più e ogni tanto tenere la bocca chiusa» sosteneva il presidente di GE. «Comunicazione interculturale» significa qui ben di più della conoscenza di qualche aspetto folcloristico o qualche incontro fugace durante un viaggio turistico. Si tratta dello sforzo di comprendere persone di ambiti culturali diversi, i quali spesso, ma non sempre coincidono con nazioni diverse. Infatti l'aggettivo «internazionale» risulta limitativo perché sempre più spesso le barriere culturali sono proprio all'interno delle singole nazioni. Il concetto di «comunicazione interculturale» sottolinea inoltre l'importanza della cultura per la comunicazione e la consapevolezza della diversità culturale dell'altro.

Il contatto tra persone di culture diverse è oggi un fattore ineludibile che ha le sue radici nelle trasformazioni sociali degli ultimi 50 anni, da quando, in senso figurato, il

mondo si sta sempre più rimpicciolendo. I legami tra i diversi popoli e le diverse culture sono sempre maggiori. Il concetto di «villaggio globale» coniato dal sociologo canadese Marshall McLuhan all'inizio degli anni Sessanta si riferiva in origine allo sviluppo di reti mediatiche attorno al mondo nel corso del XX secolo, ma alludeva anche a una comunità unica con problemi condivisi. Da allora l'interdipendenza è andata sempre crescendo. I popoli hanno problemi che devono fronteggiare insieme: la scarsità delle risorse, malattie che travalicano i confini nazionali come l'AIDS, il terrorismo internazionale, le emergenze ambientali e climatiche e le crisi migratorie. Senza comprensione al di là delle barriere nazionali e culturali non è possibile risolvere questi problemi. E certamente non possono farlo i politici da soli.

Da molte parti la comunicazione interculturale viene definita come la forma particolare di comunicazione del XXI secolo. Con l'avvento della globalizzazione lo studio della cultura si complica e semplifica allo stesso tempo. Mentre in passato i territori erano concepiti come contenitori di culture (o civiltà), nell'epoca contemporanea la cultura si è trasformata in fenomeno relazionale e reticolare. Per descrivere questi sviluppi, il sociologo Ulrich Beck (2007) propone la distinzione tra globalizzazione e globalismo. Con il concetto di globalizzazione egli indica l'erosione della sovranità degli stati nazionali da parte di attori e organizzazioni transnazionali della politica, dell'economia, della finanza ecc. Con globalismo, invece, si riferisce alla presa d'atto che viviamo in una società mondiale, in cui l'idea che vi possano essere degli spazi chiusi è del tutto fittizia. Nessun paese, né gruppo può isolarsi dagli altri e pertanto le diverse forme economiche, politiche e culturali impattano una contro l'altra. I fattori principali alla base di questi sviluppi sono l'intensificazione del commercio internazionale, l'intreccio globale dei mercati finanziari, la crescita del potere dei gruppi transnazionali; la rivoluzione permanente delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, la rivendicazione universale di diritti umani e i flussi di immagini delle industrie culturali globali (cinema, programmi televisivi ecc.).

Le trasformazioni della società riguardano tutti i settori: quello politico, quello economico, quello sociale e quello culturale.

Dal punto di vista politico, nuove aggregazioni di stati, per esempio l'Unione Europea con i suoi 27 membri, e oltre 500 milioni di abitanti, richiedono strette forme di collaborazione. Dopo la fine della Guerra Fredda si è sviluppata una nuova comunità internazionale, in cui, mentre si delineano nuove contrapposizioni tra est e ovest, Occidente e paesi islamici, oltre al G7 o al G8 si affacciano sulla scena nuovi attori come la Cina, l'India o il Brasile.

Dal punto di vista economico, i singoli stati dipendono dagli sviluppi dell'economia mondiale e dei mercati finanziari e le crisi si diffondono rapidamente al di là di tutti i confini. La globalizzazione dell'economia significa nuove forme di organizzazione come gruppi multinazionali, joint venture, fusioni di imperi commerciali su scala mondiale e management transnazionale. L'economia si sottrae al controllo nazionale, ma, creando sempre maggiori legami di cooperazione transnazionale, fa sì che sempre più persone lavorino in luoghi o paesi diversi dal proprio. I centri di tale sviluppo non sono più solo gli USA e l'Europa occidentale, ma anche altre regioni emergenti, come l'Asia, il Sudamerica o la stessa Russia.

Questa evoluzione è trascinata da una sempre più fitta ed efficiente rete di trasporti e dagli sviluppi delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. La vita quotidiana non è più immaginabile senza TV, PC e telefono cellulari. Alcune cifre descrivono in modo eloquente il fenomeno:

- nel 2015 c'erano nel mondo oltre 2 miliardi di personal computer¹;
- nel 2017 in Europa oltre 263 milioni nuclei famigliari possedevano almeno un televisore²;
- nel 2019 sono connesse a internet oltre 4,5 miliardi di persone, di cui oltre la metà sono «utenti attivi», cioè possessori di almeno un profilo in un social network³
- Nel 2019 nel mondo ci sono oltre 8 miliardi telefonini o smartphone (più degli abitanti del pianeta)⁴;

Questa evoluzione porta a una crescita esorbitante di informazioni sulle altre culture. Tuttavia non dobbiamo ignorare i grandi divari nella distribuzione dei media: a un estremo i cittadini connessi alla rete delle grandi megalopoli, dall'altro le comunità dei villaggi isolati di altre parti del mondo che a malapena possono fidarsi nelle strutture di comunicazione tradizionali. Infatti la disponibilità di apparecchi è molto differente nelle diverse parti della Terra. Nel 1997 in Africa si contavano 6 televisori ogni 100 abitanti, nell'America del nord 79, nell'America centrale e meridionale 21, in Asia 19, in Europa 45. Il maggiore tasso di crescita si registra in Asia con il 48% (fonte Unesco). Mentre il 58% dei PC del mondo si trovano

¹ <https://www.worldometers.info/computers/>

² <https://www.statista.com/statistics/370199/households-with-a-televison-in-europe/>

³ <http://www.internetworldstats.com>

⁴ <https://qz.com/1608103/there-are-now-more-cellphones-than-people-in-the-world/>

negli USA, in Europa occidentale e in Giappone, cioè sono a disposizione del 15% della popolazione.

Per la maggioranza delle persone dei paesi industrializzati le distanze si sono ridotte, e facilmente possono raggiungere i loro partner commerciali, amici o parenti in tutte le parti del globo per telefono o via internet. Se vogliono incontrarli di persona, non è difficile trovare un aereo che a prezzi contenuti li porti rapidamente in un altro paese e anche come turista in poche ore è possibile raggiungere qualsiasi destinazione. La conseguenza è che sempre più persone si spostano da un paese all'altro per soggiorni più o meno lunghi, turisti, studenti in programmi di scambio, uomini d'affari, manager ecc. Tale evoluzione si inserisce nel contesto di un drastico aumento della popolazione mondiale e movimenti migratori su scala planetaria. Infatti, alla ricerca di benessere, istruzione e sicurezza da conflitti armati sempre più persone lasciano i loro paesi d'origine. Centinaia di milioni di individui vivono oggi in un paese che non è quello in cui sono nati. Nel 2016 nei paesi dell'Unione europea vivevano oltre 35 milioni di stranieri di cui quasi 21 milioni da paesi al di fuori dell'Ue e ca. 14 milioni da altri paesi Ue. Complessivamente, nel 2015 sono immigrate in uno degli Stati membri dell'Ue 8 4,7 milioni di persone, mentre almeno 2,8 milioni di europei hanno lasciato uno Stato membro dell'Ue⁵.

Uno degli effetti di queste massicce migrazioni è che per incontrare persone con altre lingue, altri comportamenti, altre abitudini alimentari e altri valori non dobbiamo andare in un paese lontani, ma viviamo con loro porta a porta. La comunicazione interculturale avviene ovunque e ci tocca tutti.

Poiché parliamo di comunicazione tra lingue e culture, cerchiamo ora di illustrare brevemente i suoi costituenti, cioè i concetti di comunicazione, di lingua e di cultura.

⁵ http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Migration_and_migrant_population_statistics/it#Stranieri (25.01.2018)

II. Comunicazione

Comunicare, dal latino *communis*, significa «mettere in comune» con altri informazioni, idee, emozioni. Si tratta di un'esigenza primaria per qualsiasi essere e sistema vivente. Umberto Eco (1994) affermò che «l'intera cultura dovrebbe essere studiata come un fenomeno di comunicazione fondato su sistemi di significazione». Gli uomini, gli animali, ma anche le piante e le cellule, devono *produrre* e *capire* messaggi per *interagire* con gli altri membri del gruppo o del sistema a cui appartengono. Comunicare è vita, quindi.

La comunicazione umana è costituita da una fitta rete di messaggi verbali, paraverbali e non verbali emessi dagli emittenti in modo conscio o inconscio attraverso segni di diversa natura, che vengono raccolti (decodificati) o non raccolti dai riceventi.

I segni verbali sono p.es. le sillabe, le parole, le frasi e i testi che usiamo, quelli paraverbali sono la prosodia (il tono della voce, il timbro, i silenzi, le pause, l'accento), la prossemica (la distanza fisica, la postura), i gesti e la mimica, mentre quelli non verbali sono l'abbigliamento, gli spazi e gli oggetti.

La comunicazione umana inoltre può avvenire attraverso codici di varia natura come linguaggi espressivi (es. arte, musica, teatro, danza) o segnali (es. alfabeto Morse) e media (es. libri, televisione, telefono, computer ecc.).

Gli assiomi della comunicazione umana

Paul Watzlawick (1971) definisce la comunicazione come:

uno scambio interattivo osservabile fra due o più partecipanti, dotato di un certo livello di consapevolezza e di intenzionalità reciproca, in grado di far condividere un determinato significato sulla base di sistemi simbolici e convenzionali di significazione e di segnalazione secondo la cultura di riferimento.

Partendo da qui Watzlawick genera quelli, che da allora vengono considerati gli assiomi fondamentali della comunicazione umana:

1. Non si può non comunicare

Poiché la comunicazione è un ambito al quale partecipiamo quotidianamente ogni comportamento possiede un potenziale comunicativo. Essa si svolge attraverso messaggi che trasmettiamo con l'ausilio

di mezzi verbali ma anche paraverbali e non verbali. La comunicazione non avviene solo attraverso le parole ma anche attraverso i comportamenti (guardarsi, toccarsi, spararsi addosso...) e tutti quei segnali portatori di un significato, come la postura, il riso, il pianto, ma anche il silenzio. Un ragazzo che se ne sta in disparte dal gruppo di amici fissando muto una parete, comunica agli altri che non desidera che gli si rivolga la parola, fatto che gli altri in genere rispettano. Mentre chi strepita di voler essere lasciato solo, può indurre gli altri a cercare delicatamente un approccio.

2. Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e uno di relazione

In ogni messaggio, accanto all'informazione concreta, situata su un piano razionale, può esserci anche un altro aspetto, ascrivibile alla sfera emotiva. Se un innamorato dopo aver regalato un nuovo smartphone alla sua amata, le chiede se funziona bene, non si tratta solo di un interesse tecnico, ma di un interesse per la persona o un richiamo dell'attenzione su se stesso («vedi come ti amo, per regalarti una cosa così bella»). Le parole che diciamo possono esprimere una certa cosa, ma poiché la comunicazione, soprattutto quella verbale, implica anche la possibilità della menzogna, le nostre espressioni, i nostri movimenti del corpo, il nostro respiro possono esprimere tutt'altro.

3. La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione tra i comunicanti

Per esempio, immaginiamo un uomo che si chiude in se stesso e la moglie che brontola con lui. Lui potrebbe dire che si chiude perché la moglie brontola, e lei potrebbe ribattere che lei brontola perché lui si chiude. Oppure pensiamo alla corsa al riarmo, dove ciascuna delle nazioni in concorrenza sostiene di vedere nel riarmo dell'altro una minaccia per la pace, mentre il proprio riarmo non sarebbe che una risposta necessaria per il mantenimento della pace. A seconda della «punteggiatura» usata cambia il significato dato alle comunicazioni e alla relazione.

4. Gli esseri umani comunicano sia con il modulo verbale (digitale) che con quello non verbale (analogico)

Secondo Watzlawick nella comunicazione umana, per rappresentare gli stati di cose si usano due forme di comunicazione:

- *quella analogica che si costituisce attraverso un'analogia, p.es. un disegno, una risata, un pianto, un segno del corpo, un'espressione del viso ecc.*
- *quella digitale, che per esprimere concetti o rappresentare stati di cose, usa le parole*

Le due forme di comunicazione si integrano. I messaggi trasmessi attraverso analogie possiedono per lo più valore generale, mentre le espressioni digitali, grazie alle finezze linguistiche, consentono di enunciare idee e concetti complessi e astratti. La comunicazione analogica riguarda prevalentemente l'ambito relazionale, mentre i messaggi digitali generalmente si muovono nella sfera dei contenuti. Ripensiamo all'esempio dell'innamorato che regala l'orologio: il tono della voce, l'espressione del viso, il sorriso sono manifestazioni di comunicazione analogica abbinata a quella digitale contenuta nella

sequenza di parole: «Funziona bene l'orologio?» In un caso come questo la comunicazione analogica è più ricca di significati del contenuto referenziale/ digitale della frase pronunciata. Ma tale principio vale anche nella comunicazione pubblicitaria: se un'agenzia di viaggi reclamizza vacanze alle Maldive o in Finlandia, la parte analogica della comunicazione, cioè le immagini di spiagge, cieli cristallini e sole accecante oppure foreste, laghi e paesaggi incontaminati che parlano alla sfera emozionale, sono più importanti della parte verbale, digitale.

5. Tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici o complementari

Nella comunicazione si esprime, dunque, anche il tipo di relazione che esiste tra due soggetti. A seconda del rapporto, si sceglie da una vasta gamma di modalità di interazione. Una relazione può essere simmetrica se entrambe le parti hanno ruoli analoghi, e possono comportarsi allo stesso modo, fare domande, proposte, esprimere critiche ecc. Una relazione è invece complementare quando questa uguaglianza manca, perché le persone non hanno lo stesso ruolo e/o lo stesso potere e per esempio solo uno dei soggetti può fare domande, mentre l'altra può solo rispondere. Se un gruppo di docenti discute sull'organizzazione di un corso di studi, lo scambio di informazioni è simmetrico. Se uno di questi docenti discute dello stesso argomento con i suoi studenti, poiché egli ricopre un ruolo dominante, la comunicazione diventa asimmetrica o complementare.

Trasmissione dei messaggi e contesto sociale

Secondo il modello matematico della comunicazione elaborato da Claude Shannon e Warren Weaver nel 1949, la comunicazione interpersonale è uno scambio informativo, di messaggi, all'interno della sfera relazionale tra emittente e ricevente. È composto dai seguenti elementi:

- **emittente**
- **ricevente**
- **messaggio (che ha bisogno di una decodifica)**
- **canale**
- **codice (per es. la lingua)**
- **contesto**
- **decodificazione**

L'emittente è il soggetto che usando determinati segnali invia messaggi a qualcun altro. A seconda del contesto o della situazione in cui si svolge la comunicazione, questi sceglie attraverso quale codice, cioè quale insieme di segni, predisporre il segnale con il messaggio. Il segnale, per raggiungere il ricevente, ha bisogno di un canale su cui passare e di un mezzo della trasmissione su cui viaggiare. Per esempio i segnali percepiti tramite l'udito viaggiano su onde sonore che passano sul canale uditivo, mentre quelli che sono percepiti tramite la vista viaggiano su onde luminose che passano sul canale visivo.

Il ricevente riesce a interpretare il segnale, e quindi il messaggio in esso contenuto, se lo decodifica con lo stesso sistema usato dall'emittente.

I processi comunicativi hanno luogo sempre in un determinato contesto sociale. Come si comunica in una società dipende da molti fattori: dal clima, dallo standard di vita e dalle necessità, dai rapporti di potere, dai rapporti tra le generazioni, dagli usi e costumi, dai ruoli sessuali, dai tabù ecc. Molte di queste condizioni di vita sono radicati in quelli che spesso vengono definiti come i valori di una società in un certo periodo e assimilati sotto forma di convenzioni. Questo processo di adattamento alla società e alla sua cultura è un lungo processo di apprendimento delle regole del gioco: impariamo come mangiare, dove dormire, come mostrare affetto alle persone, come comportarci con i colleghi, quali forme e simboli rispettare, in sintesi impariamo cosa in una società è considerato «normale», insomma come si dovrebbe comportarsi.

Le convenzioni di una società influenzano il comportamento comunicativo. In certe culture si comunica di più che in altre, così come cambiano le caratteristiche della comunicazione linguistica, della mimica, dei gesti. Da qui gli stereotipi, che spesso racchiudono un fondo di verità, degli italiani e degli altri popoli mediterranei ciarlieri e grandi gesticolatori, e dei nordici silenziosi e compassati.

Come sintesi, nel 1948 il politologo americano Harold D. Lasswell propose un celebre schema basato su cinque domande alle quali ogni processo comunicativo deve rispondere:

- *Chi (Who)*
 - *dice cosa (says What)*
 - *attraverso quale canale (in Which channel)*
 - *a chi (to Whom)*
 - *con quale effetto (with What effect)?*
-

III. Lingua

Il principale strumento per comunicare contenuti della nostra coscienza ad altre persone, oralmente o per iscritto, sono le lingue. Una lingua o un linguaggio è la capacità di associare suoni e significati attraverso regole grammaticali. Le lingue naturali sono quelle evolute, senza una pianificazione, dai propri ceppi mediante l'uso, processi sociali e influenze esterne. I linguaggi artificiali, invece, p.es. l'esperanto oppure l'HTML, sono elaborati dall'uomo e anche se possono ispirarsi ad altre lingue, non sono si sono sviluppati da ceppi propri.

Una lingua naturale è un sistema di comunicazione fatto di segni e regole con cui questi segni sono governati, accettato e usato da una comunità di parlanti, come per esempio l'inglese, l'italiano, il tedesco, il francese, lo spagnolo, il russo ecc. Secondo il più vasto catalogo di lingue, quello dell'organizzazione Ethnologue (Hess: 2016), nel mondo esistono attualmente 7097 lingue. Esse sono organismi in continua trasformazione, perché cambiano le abitudini dei suoi parlanti e perché sono esposte alle altre lingue. Si frammentano, pensiamo al latino, coesistono, convergono, o si fondono. Basti pensare che circa metà delle 750.000 parole del lessico della lingua inglese contemporanea è di origine romanza (francese, spagnola, italiana o latina). È stato calcolato, invece, che il numero di termini inglesi entrato nell'uso corrente della lingua italiana è aumentato del 773% tra il 2000 e il 2008 (AgostiniAssociati: 2008).

L'uso delle lingue consiste nel mettere in relazione un suono (simbolo) o un segno grafico con gli oggetti e i concetti della realtà; per rendere possibile la comunicazione questa funzione simbolica deve essere condivisa dai partecipanti.

La lingua come mezzo di comunicazione possiede tre dimensioni:

- la *sintassi* che determina le regole grammaticali generali, cioè il modo in cui combiniamo i segni linguistici.
- la *semantica* che si riferisce ai significati collegati ai segni linguistici.
- la *pragmatica* che comprende la situazione d'uso e osserva la lingua dal punto di vista dell'utente della lingua, e che è una dimensione particolarmente importante per i mediatori linguistici.

Una più precisa osservazione delle interazioni linguistiche non è possibile senza considerare le differenti funzioni della lingua. Nel 1934 lo psicologo Karl Bühler presentò il suo «Organon-Modell», il modello strumentale del linguaggio, in cui descrisse la lingua come strumento che assolve differenti funzioni, di cui quelle basilari sono l'*espressione* (da parte dell'emittente), la *rappresentazione* (del contesto) e l'*appello* verso il destinatario). I segni linguistici sarebbero pertanto

contemporaneamente *simboli* per oggetti e circostanze, *sintomi* della situazione della persona parlante e *segnali* per la persona a cui ci si rivolge.

Le funzioni del linguaggio

Il linguista russo Roman Jakobson individuò sei funzioni del linguaggio, corrispondenti ciascuna a uno degli elementi presenti nella comunicazione:

- *La funzione emotiva è attiva quando il messaggio è incentrato sull'emittente, sui suoi stati d'animo, i suoi atteggiamenti, la sua volontà ecc. Essa è segnalata attraverso l'uso della prima persona nei verbi e pronomi personali o pronomi e aggettivi possessivi. Esprime l'atteggiamento dell'emittente che proietta in primo piano informazioni riguardanti se stesso, in genere, appunto di tipo emotivo (es. sono stanco, come è bello stare qui, che noia questa serata).*
- *La funzione fàtica (dal latino fari = pronunciare, parlare) consiste in quella parte della comunicazione attenta al controllo del canale attraverso cui si comunica, con espressioni mirate appunto alla verifica del suo funzionamento, come quando al telefono si dice pronto? o quando si fa il soundcheck prima di un concerto. Lo scopo è quello di stabilire, mantenere, verificare o interrompere la comunicazione. Casi tipici in cui emerge in primo piano la funzione fàtica sono frasi come: attenzione, prego, capito? stammi a sentire?*
- *La funzione conativa è attiva quando l'emittente si rivolge al destinatario (attraverso il modo imperativo, i verbi o i pronomi e aggettivi possessivi o i pronomi personali alla seconda persona o il punto esclamativo o interrogativo) per ottenere un'adesione di pensiero e/o una risposta d'azione. Svolgono tale funzione ordini, consigli, preghiere, esortazioni o testi di carattere giuridico (leggi, decreti, regolamenti ecc.). La funzione conativa è attiva, p. es., in messaggi di tipo pubblicitario o propagandistico (compra subito questo prodotto! Vota Pinco Pallino!).*
- *La funzione poetica è attiva quando il messaggio è incentrato su se stesso, nel senso che è presente un linguaggio ornato, ricco di figure retoriche come spesso avviene in poesia ma anche nel linguaggio della pubblicità in cui è abbinato alla funzione conativa. Nel caso del linguaggio verbale, essa focalizza l'attenzione sulla scelta dei vocaboli e sulla costruzione delle frasi e sull'aspetto fonico delle parole. Il suo obiettivo è comunicare la propria forma, suscitare emozioni o riflessioni tramite la musicalità delle parole.*

- *La funzione metalinguistica consiste nel parlare del codice, oppure spiegarlo come accade nei libri di grammatica o nei dizionari. La funzione (chiedere e dare significato di una parola, spiegare una parola) focalizza la sua attenzione sul codice in comune a mittente e destinatario, durante la comunicazione. Essa entra in campo quando i due interlocutori vogliono verificare se stanno utilizzando lo stesso codice. In questa situazione si usano enunciati come: mi hai capito, cosa vuoi dire? Ogni messaggio è una manifestazione del codice in base al quale è formulato, e quindi del rapporto che hanno con questo codice gli interlocutori. Può avere funzione metalinguistica una formula come C'era una volta a inizio del racconto di una fiaba, proprio perché instaura e rimanda a un codice di finzione e a una probabilità condizionata che quel che si racconta non sia vero ma nemmeno falso.*
 - *La funzione referenziale, la più denotativa, consiste nel riferimento, preferibilmente preciso e puntuale, al contesto spazio-temporale in cui avviene la comunicazione o comunque l'azione di cui si parla. È evidente a livello grammaticale nella deissi (es. qui, là, adesso, dopo)*
-

IV. Cultura

Lo studioso olandese Geert Hofstede ha definito la cultura come 'la programmazione mentale collettiva di popoli o gruppi di persone' (Hofstede and Hofstede 2005:4). Come un 'software della mente' la cultura programma il modo di pensare, di sentire e di agire degli individui.

Da quando nasciamo, ci confrontiamo con molti fenomeni del mondo e per sopravvivere dobbiamo riconoscerli, capirli e interpretarli. La nostra conoscenza è organizzata in modo complesso, attraverso reti di concetti collegati in strutture temporali e causali. Per esempio, dobbiamo capire i cicli delle stagioni per poterci nutrire, oppure sapere che esistono piante e animali che ci sono utili. Il modo in cui ci riferiamo a questa o queste realtà dipende dalla società e dal contesto in cui ci troviamo. A seconda che le persone vivano nella giungla, nel deserto, in alta montagna, sul mare o in grandi centri urbani esse hanno modi del tutto diversi di riferirsi al loro ambiente. Per gli abitanti del deserto, per esempio, è importante trovare l'acqua, per chi vive nella giungla difendersi dagli animali feroci, per chi vive ad alte quote ripararsi dal freddo, per chi naviga conoscere e osservare i venti, mentre per chi vive in grandi città difendersi dall'inquinamento atmosferico, dallo stress e dal degrado sociale. In questo senso una «cultura» è dunque l'insieme dei «modelli culturali» messi in atto da un gruppo sociale (un popolo, un'etnia, una tribù ecc.) per rispondere a bisogni di «natura» come nutrirsi, procreare, proteggersi dal freddo, vivere con gli altri ecc. È il risultato quindi dell'ambiente in cui viviamo, delle esigenze che devono essere soddisfatte, del modo in cui ci confrontiamo con queste esigenze e come comunichiamo su di esse. Le esperienze sociali a cui abbiamo accennato non sono altro che la percezione di quegli aspetti della realtà che una società considera importanti per essa.

Le strutture di pensiero sono dunque il frutto di una selezione. Pensiamo sul mondo attraverso i filtri creati dalla nostra società, e questo modo di percepire la realtà determina il nostro agire. Poiché siamo cresciuti all'interno dei modelli della nostra cultura, ne siamo generalmente inconsapevoli: molte cose ci appaiono «naturali», mentre sono invece «culturali». Per esempio, il nostro modo di pensare occidentale, che consideriamo neutro e oggettivo si fonda su una serie di dogmi o «fissazioni» e concetti da questi derivati, tra cui: che, nonostante ...qualche difficoltà, viviamo nelle condizioni economiche, politiche e civili migliori che l'umanità abbia mai conosciuto, che la storia avanza in modo lineare, che le nostre nozioni di etica e diritto hanno valore universale, che la democrazia parlamentare è il miglior sistema politico possibile, che la natura è di tipo meccanico, che la materia è incosciente, che le leggi della natura sono fisse, che l'eredità biologica è materiale, che i ricordi

vengono memorizzati come tracce materiali, che la mente è nel cervello, che la telepatia e altri fenomeni psichici sono illusori, che la medicina meccanicistica è l'unica che funziona davvero. Anche se qualcuno di noi può avere dei dubbi, questo è il quadro culturale nel quale veniamo educati, o indottrinati, a seconda dei punti di vista.

Se ogni cultura rappresenta dunque un diverso rapporto con la realtà, ogni individuo crea il suo cocktail personale, più o meno originale, poiché nel corso della sua inculturazione acquisisce quote di molte culture parziali. Attraverso l'ambiente familiare, l'istruzione, gli amici, gli interessi, i viaggi, l'ambiente professionale, le competenze linguistiche etc. Tutti noi siamo a casa in diversi mondi. Per suddividere questi mondi lo studioso tedesco Hans Vermeer (1990) ha introdotto i concetti di paracultura (la cultura come insieme; per esempio la cultura europea, la cultura italiana ecc.), diacultura (cultura di un certo gruppo e ceto; per esempio cultura giovanile) e idiocultura (la cultura individuale di ogni singola persona).

La psicologa Eleanor Rosch (1973) ha spiegato che gli esseri umani raggruppano in categorie le entità del mondo esterno a seconda delle loro somiglianze o differenze, e creano prototipi. Questi tuttavia non sono il risultato dell'addizione di singoli componenti chiaramente distinti tra loro, ma hanno piuttosto un centro focale con contorni sfumati. Un europeo, per esempio, alla parola «volatile» associa prototipi come il passero, il piccione, il merlo ecc., ma difficilmente il pavone, il pinguino o il tucano che invece sono considerati come volatili (proto)tipici dagli abitanti dell'India, dell'Antartide o del Sudamerica. Poiché ogni cultura sceglie quegli aspetti della realtà che considera rilevanti, ciascuna ha la sua esperienza del mondo con i suoi codici comportamentali, le sue abitudini e le sue scale di valori. Un bambino non impara solo le parole per indicare le cose, ma anche il modo in cui la sua cultura ha deciso di distinguere le cose, di tracciarne i confini nei limiti dell'esperienza quotidiana. Così una convenzione scientifica decide se una balena debba essere considerata un pesce o un mammifero, mentre convenzioni grammaticali determinano quali esperienze debbano essere considerate oggetti e quali invece azioni o eventi.

La nostra vita quotidiana è orientata da una serie di copioni sociali che ci suggeriscono come agire in determinate situazioni per comportarci in modo conforme alla cultura (cfr. Schank & Abelson 1977). Ogni copione (*script*) racchiude gli schemi contenenti *sequenze organizzate di azioni stereotipali*, per descrivere situazioni della vita di ogni giorno, congiuntamente agli oggetti e alle azioni che si incontrano nei vari contesti. Questo può riguardare potenzialmente ogni situazione comunicativa, tuttavia vi sono situazioni focali in cui questi problemi sono

particolarmente acuti. Questi momenti possono essere riassunti con i concetti di *hotspots* e *hotwords*. Gli *hotspots* (momenti caldi) sono quelle situazioni comunicative in cui è particolarmente importante che ci comportiamo come è uso nella nostra cultura. Queste situazioni sono per esempio: saluto, presentazione, porre domande personali, decidere di cosa parlare e di cosa no, linguaggio corporeo, gestualità, mimica.

Per noi «è normale» che, quando si salutano, delle persone adulte si stringano la mano e si scambino qualche frase di circostanza, che i giovani si dicano semplicemente «ciao» con un leggero cenno della testa, che le donne si bacino sulle guance. Oppure che quando si va al ristorante si entri, si cerchi un tavolo, ci si sieda, si ordini, si mangi, si conversi, si chieda il conto e si paghi. Questo prevedono i nostri copioni «saluto» e «ristorante». In altre culture e altri Paesi i copioni sono diversi e per salutarsi o quando si va al ristorante, ci si comporta in modo differente. Pertanto il processo di inculturazione consiste nell'apprendimento di innumerevoli copioni che in seguito attiveremo in modo *automatico* per comportarci in modo «normale». Questi copioni rappresentano una sorta di conoscenza che è posseduta dalla rispettiva comunità culturale e che questa usa in modo più o meno consapevole come norme di comportamento. Chi non li conosce, e per esempio, invece di stringere la mano di un signore mai visto prima gli dà una pacca sulla spalla, lo bacia o gli dice semplicemente *ciao* oppure non sa come ci si comporta in un ristorante di un altro Paese, si fa notare, appare diverso e strano.

In situazioni più estreme questo senso di estraneità può diventare anche rifiuto o repulsione. Per esempio da noi ruttare, sputare o addirittura vomitare in pubblico sono considerate manifestazioni altamente disgustose. Tra gli arabi, invece, un ospite che non rutta dopo un pranzo, mostra di non averlo gradito e anche in Scandinavia, Russia e nel Sud-est asiatico il rutto è accolto con «simpatia». Sputare e scatarrare è comunissimo in Oriente e nell'Africa nera, mentre in Giappone vomitare per i postumi di una sbornia rappresenta una sorta di omaggio ai compagni con cui si è passata la serata. Viceversa, sempre in Giappone, ma anche in Russia, è considerato molto volgare e irrispettoso soffiarsi il naso in pubblico, mentre nei paesi arabi l'accavallare le gambe o il mostrare le soles delle scarpe è considerato un segno di disprezzo nei confronti dell'interlocutore. In molti paesi, come in Italia, stare in compagnia in silenzio genera disagio, costringendo le persone a dire anche cose insignificanti o stupide pur di uscire dall'imbarazzo. In Finlandia, invece, spesso può dare più fastidio chi parla. Il colore bianco per gli occidentali è il simbolo dell'innocenza, della purezza, e del pudore, mentre per i cinesi è il colore del lutto. In India entrare in un negozio senza togliersi le scarpe è considerato un segno di grande

scortesie. Qualcuno che si togliesse le scarpe prima di entrare in un negozio di Milano o di Francoforte, verrebbe preso per uno squilibrato. Gli occidentali tendono a considerare bizzarre e stravaganti tutte le pratiche religiose extra-cristiane, mentre molte altre popolazioni guardano con sospetto, se non con paura a quelle centinaia di milioni di cristiani che praticano abitualmente un rito vampiresco-cannibalistico chiamato comunione, in cui bevono il sangue e mangiano il corpo della loro guida.

Come vediamo, tanti fatti, circostanze, comportamenti e credenze che a noi appaiono assolutamente «normali» non lo sono per altri e vice versa. Quella che potrebbe sembrare la stessa realtà è «interpretata» e vissuta diversamente. Il sapere non è mai oggettivo, ma sempre il prodotto di una determinata cultura. Ciò che sappiamo sul mondo, dipende dalla nostra cultura, o meglio da come questa interpreta il mondo.

Riassumendo, dal punto di vista filosofico ciò significa che il mondo oggettivo (degli oggetti) non è uguale per tutti gli uomini, ma che ognuno crea il suo. Se mentalizzazione significa modellare in modo sempre più adeguato il nostro mondo concettuale a immagine del mondo (oggettivo) degli oggetti da noi percepito, l'essere consapevoli ci porta a capire che modifichiamo il mondo degli oggetti da noi percepito attraverso le nostre conoscenze e le nostre esperienze, perché questo mondo è in contatto con il nostro mondo mentale. Infatti se travalichiamo la dualità mondo degli oggetti-mondo concettuale ci rendiamo conto che questo mondo oggettivo (degli oggetti) viene influenzato da noi, poiché esso non si trova al di fuori, ma dentro di noi. Pertanto la verità logica non è una verità assoluta, perché quest'ultima, conosciuta da grandi saggi e mistici in stati meditativi profondi, si trova al di là della dualità Io-coscienza-mondo degli oggetti.

Prima le parole o le cose?

Il vangelo di Giovanni esordisce dicendo che nel principio era la parola. Ma parola traduce qui il termine greco logos, che comprende anche il significato di «discorso» (interiore ed esteriore) e «ragione». Le lingue sono dunque un codice per trasmettere i contenuti del pensiero, quindi un riflesso della realtà? Oppure le lingue determinano il pensiero, e quindi la percezione stessa della realtà? Nella tradizione linguistico-filosofica queste due visioni coesistono da secoli.

La visione detta relativista, ritiene che ciascuna lingua sia innanzitutto uno strumento cognitivo, un mezzo di formazione del pensiero e della cultura. Questa tesi è anticipata nel concetto di genio della lingua, affermatosi già tra il Cinquecento e il Seicento. Tra i sostenitori di questa posizione vi sono alcuni esponenti della cultura romantica tedesca. Per Herder la lingua è l'organo formativo del

pensiero poiché l'uomo vive con gli oggetti percepiti esclusivamente nel modo in cui glieli porge la lingua. Humboldt invece descrive le lingue come prismi che riflettono la realtà e che poiché ogni popolo ha un proprio linguaggio esso ha anche una propria visione del mondo. E un secolo dopo Wittgenstein conclude il suo Tractatus logico-philosophicus con la celebre asserzione: «Su ciò di cui non si è in grado di parlare, si deve tacere», e in filosofia si compie la cosiddetta «svolta linguistica» che mette al centro delle sue osservazioni non tanto le «cose in sé» in quanto tali, ma piuttosto le modalità linguistiche con cui si parla delle cose. Se prima si distingueva tra ciò che era possibile conoscere da ciò che non lo era, ora la distinzione è tra ciò che si può dire e ciò che non si può, anzi non si deve dire.

Negli anni '30 del secolo scorso Edward Sapir and Benjamin Lee Whorf, arrivano a sostenere che ogni lingua rappresenta una visione del mondo unica, incompatibile con ogni altro modo di percepire la realtà esterna. I parlanti sono prigionieri della loro lingua materna, incapaci di liberarsi dalle categorie e divisioni che la struttura della loro lingua impone sulle percezioni ed i pensieri. Pertanto ciò significherebbe che i mondi in cui vivono differenti comunità linguistiche sono mondi distinti e non semplicemente lo stesso mondo con differenti etichette. Secondo questa ipotesi «forte», il linguaggio determina unilateralmente il pensiero, senza ammettere l'interazione tra i due. Il modo di esprimersi influenza, dunque, il modo di pensare e di vedere il mondo. Le lingue rivelano molte informazioni sul modo di vedere la realtà. Alcune lingue africane, per esempio, non hanno un termine per riferirsi al concetto di bene, fondamentale nelle nostre «lingue evolute». Alcune lingue asiatiche, invece, non hanno tempi verbali, né conoscono modi per comunicare un ordine cronologico, cosa incomprensibile per noi occidentali abituati a considerare la realtà come movimento nel tempo. Nel film «Arrival», uscito sugli schermi nel 2016, quando la protagonista riesce a capire la lingua «circolare» di alcuni alieni sbarcati sulla Terra, essa si trova proiettata al di fuori della comune linearità spazio-temporale.

Ma se tutti vediamo il mondo in modo diverso, come facciamo a sapere, cosa si dice in altre lingue? Come facciamo a sapere di cosa si parla in un'altra lingua, cosa si intende, se non c'è un punto neutrale dal quale è possibile osservare il mondo vero e oggettivo? Il relativismo ribalta la prospettiva tradizionale della relazione tra lingua e cultura, secondo la quale alla lingua spetta il compito di fare da veicolo di espressione di conoscenze già acquisite, indipendentemente dalle competenze linguistiche. L'ipotesi Sapir-Whorf esclude pertanto la possibilità di una traduzione completa ed efficace. In sintesi: essendo la lingua a modellare e a sistematizzare le conoscenze, evidentemente il fatto che due persone o due popolazioni parlino lingue diverse fa sì che possano non avere soltanto denominazioni diverse per concetti uguali, ma avere addirittura diverse concezioni e una diversa esperienza del mondo.

L'altra corrente di pensiero parte dal presupposto che il pensare umano si espliciti nello stesso modo in tutte le persone del mondo. Sebbene la differenza tra le lingue sia molto notevole, esisterebbero degli universali comuni a tutte le lingue del mondo. Filosofi come Pascal, Descartes, Arnault e Leibniz li hanno chiamati «idee semplici», mentre i linguisti moderni li chiamano «universali semantici». La cosiddetta ipotesi universalista, predominante negli ultimi decenni e che ha il suo esponente di spicco in Noam Chomsky, afferma che il pensiero esiste indipendentemente dal linguaggio e che esso è espresso in modi solo superficialmente differenti nelle varie lingue naturali. Tutte le lingue si fondano sugli stessi principi (grammatica universale) e ogni lingua comporta dunque la costruzione di una

grammatica mentale che risulta dalla grammatica universale innata e da parametri specifici della singola lingua, consentiti dalla grammatica universale. Gli esseri umani nascono già dotati di un corredo di strutture grammaticali complesse, cosicché i bambini non devono imparare queste strutture quando apprendono una lingua.

Inoltre, pochi anni fa un gruppo di ricercatori russi guidato da Pjotr Garjajev e composto da genetisti e linguisti, indagando su quel 90% del DNA, liquidato dalla scienza come DNA spazzatura, è giunto alla conclusione che questo serve come banca dati e per comunicare. I linguisti russi, comparando le regole di sintassi (il modo di mettere insieme le parole per formare le frasi), semantica (lo studio del significato delle parole) e le regole base di grammatica, hanno scoperto che il DNA, in particolare il 90% inutile, segue un determinato schema grammaticale che coincide con le regole alla base di tutte le lingue umane. Quindi le lingue dell'uomo non si sarebbero formate casualmente, ma sarebbero insite nel DNA.

Secondo la visione universalista la lingua può essere considerata una nomenclatura, cioè lo strumento attraverso il quale il pensiero si esprime ed etichetta gli oggetti della realtà.

Dagli anni '90 sono emerse posizioni infine che considerano complementari le tesi del relativismo e dell'universalismo giungendo alla seguente sintesi: possediamo delle strutture innate, codificate nel DNA, che ci permettono di apprendere determinati linguaggi e questi a loro volta contribuiscono a determinare il nostro modo di decifrare la realtà.

Qualunque cultura può dunque comunicare solo su cose che è in grado di comprendere. Tale comprensione avviene, come abbiamo visto, attraverso la nostra interpretazione del mondo, secondo lo schema realtà percepita → esperienza → interpretazione (sulla base di esigenze culturali) → selezione/concettualizzazione → denominazione (parola o espressione linguistica). Facciamo delle astrazioni, ovvero sviluppiamo dei concetti. I concetti ci permettono di comprendere il mondo, riassumendo determinati aspetti della realtà e ponendoli in relazione tra loro. In questo senso i concetti strutturano la complessità del mondo e non siamo costretti tutte le volte a percepire tutto e decidere cosa sia rilevante o meno. Come abbiamo visto, ciò viene deciso dalla comunità culturale. Tali decisioni vengono tramandate come concetti. Per esprimere i concetti abbiamo bisogno di parole e strutture linguistiche. Queste costituiscono il sistema linguistico che rappresenta l'esperienza del mondo in modo che possa essere comunicata all'interno della comunità linguistica e culturale. In un certo senso le parole, ma anche la grammatica, di una lingua indicano cosa in una determinata cultura è importante. Se manca la parola o la struttura linguistica per un determinato oggetto o esperienza, significa che per quella cultura questi sono irrilevanti o addirittura inesistenti. Tale consenso collettivo, come comunicare su una certa esperienza (lessicalizzazione), a sua volta influenza la nostra percezione dell'esperienza. I copioni che regolano il comportamento linguistico

influenzano il modo in cui produciamo i nostri discorsi orali o scritti e la nostra capacità di comprensione di quelli di altri. La questione della referenza, cioè il sapere a cosa si riferiscono le parole, naturalmente è di importanza centrale per la traduzione, in cui ci muoviamo tra due diverse visioni del mondo ed esprimiamo una certa interpretazione attraverso una delle lingue. Lo sappiamo a causa della nostra esperienza della realtà che è collegata alla nostra conoscenza della lingua. Infatti la nostra esperienza della realtà dipende da quali aspetti o caratteristiche di questa realtà sono considerate rilevanti dalla nostra cultura, quali vengono selezionate e infine anche tematizzate linguisticamente, cioè lessicalizzate.

Minsky (1975) chiamò *frames*, termine poi ripreso da Fillmore (1977), le forme linguistiche (p.es. parole o frasi) che risvegliano in noi delle associazioni, richiamate dalle nostre esperienze o da situazioni vissute in qualche modo rilevanti per noi. Davanti al nostro occhio interno questi generano l'immagine o l'idea di una certa situazione (*scene*) in un processo che va al di là della percezione visiva. Ciò significa che il lettore di un testo attinge a *scenes* (strutture epistemiche o contenuti di coscienza), che gli vengono suggerite da determinati quadri (*frames*) del testo in modo associativo e spontaneo. Proietta sul testo la propria conoscenza del mondo.

I *frames* possono diventare anche strumenti di condizionamento per enfatizzare determinate idee o posizioni o occultarne altre. Scegliendo un *frame* piuttosto che altri i politici o i mass media possono decidere su quale aspetto di una questione indirizzare l'attenzione del pubblico. I *frames* «aborto», «matrimonio gay» possono alludere ad atti contro la volontà di Dio che serbano pericoli medici e morali o viceversa a manifestazioni del diritto di decidere del proprio corpo o della propria sessualità senza discriminazioni o penalizzazioni sociali.

Cosiddetti schemi, a loro volta collegati a *scenes*, contengono un sapere collettivo culturospecifico, che si attiva in combinazione di determinate parole, frasi, tipologie testuali ecc. Pertanto possiamo capire una lingua solo se sappiamo quali esperienze e interpretazioni della realtà si collegano alle diverse parole e costruzioni grammaticali. Gli schemi forniscono un modello di interpretazione con il cui ausilio collegare la lingua e realtà. Per esempio il verbo tedesco *wandern* significa passeggiare nella natura, il verbo brasiliano *cafuné* significa scorrere con dolcezza le dita tra i capelli dell'amato. In italiano si conoscono i colori *marrone* e *bruno*, *azzurro* e *blu* in inglese e tedesco solo *brown/braun* e *blue/blau*. Sempre il *blu*, invece, non compare nemmeno una volta in tutta l'opera di Omero. L'inglese *mind* e l'italiano *mente* non hanno equivalenti nelle lingue «cugine» francese e tedesco. Il problema opposto si pone invece con il francese *esprit*, che non ha un equivalente in inglese. Per i termini tedeschi *Schadenfreude* (gioia per le disgrazie altrui) e *Gemütlichkeit*

(confortevolezza) non ci sono corrispettivi esatti nelle altre lingue, proprio perché manca il concetto. *Pizansapra*, in malese, indica il tempo che occorre per mangiare una banana. *Kilig*, in tagalog, si riferisce alla sensazione delle farfalle nello stomaco. I norvegesi hanno una parola per indicare tutto quello che si può spalmare sul pane, mentre le lingue o i dialetti delle popolazioni nordiche o alpine usano un gran numero di sinonimi di *neve*, per distinguerne la consistenza e le caratteristiche, che per gli abitanti delle pianure non significano nulla. Questi esempi si riferiscono a cose che tutte le persone della rispettiva cultura «sanno», mentre sono completamente sconosciute, irrilevanti o inafferrabili alle persone di altre culture. Ma anche parole che consideriamo comuni a tutte le culture sono «meno uguali» di quanto appare. Il pane in italiano è associato a una serie di altre parole, situazioni ed emozioni: con cosa si mangia (salame, prosciutto, formaggio, carni ecc.), le forme e i tipi (pagnotta, sfilatino, michetta, bastone, bianco, integrale, alla soia, intero, a fette), il suo significato sacro (dacci oggi il nostro pane quotidiano). Quindi anche se in altre lingue e culture esiste qualcosa come il pane quella parola evoca altre conoscenze e associazioni specifiche di quell'area linguistica. Così il *Brot* tedesco, il *pain* francese o il *bread* inglese richiamano altri odori, sapori, abitudini alimentari ecc. Allo stesso modo, benché il concetto sembrerebbe lo stesso, la parola italiana casa richiama immagini, città, paesaggi diversi da *Haus* (casette a schiera, case a traliccio, tetti più appuntiti ecc.)

Se il sapere è sempre culturospecifico, come è possibile acquisire il sapere di altre culture? Il nostro comportamento, il nostro modo di pensare e di agire è sempre caratterizzato dalla cultura in cui siamo cresciuti? Siamo solo il prodotto della nostra cultura? Coloro che hanno vissuto a lungo all'estero, così come le persone bilingui (biculturali) sanno che la risposta ovviamente è no. In qualche modo possediamo dunque la capacità di osservare il mondo dalla prospettiva di culture diverse. Cose e comportamenti che all'inizio ci possono sembrare strani, con il tempo, leggendo, guardando la TV o parlando con la gente ci diventano familiari e non le troviamo più così sospette o ributtanti. Tutti abbiamo la capacità di relazionarci in modo differente con il mondo. Ogni bambino potrebbe nascere in qualsiasi luogo e in qualsiasi cultura ed è in grado di imparare in «modo naturale» qualsiasi lingua e rapporto con la realtà. Siamo il prodotto della nostra prima inculturazione, ma siamo anche in grado di sfuggirle, perché siamo capaci di apprendere altri approcci alla realtà e altre interpretazioni. Questo è ciò che facciamo tutte le volte che impariamo una nuova lingua.

Bibliografia

- AgostiniAssociati. «"Itanglese": aumenta del 773% l'uso di parole inglesi nella lingua scritta delle aziende.» *Agostini - Quality Translations*. 2008.
<http://www.agostiniassociati.it/itanglese2009.php> (consultato il giorno ottobre 07, 2019).
- Beck, U. (2007). *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globismus - Antworten auf Globalisierung*. Frankfurt am Main.
- Eco, U. (1994). *Trattato di semiotica generale*. Milano: Bompiani.
- Fillmore, C. (1977). 'Scenes-and-frames semantics' . In A. Z. di), *Linguistic Structures Processing* (S. pp. 55–82.). Amsterdam: North Holland.
- Hess, R. «Living languages in the world.» *Ethnologue-Languages of the world*. 15 luglio 2016.
<https://www.ethnologue.com/ethnoblog/rob-hess/introducing-ethnologue-guides>
(consultato il giorno ottobre 07, 2019).
- Hannerz, U. (1998). *La complessità culturale*. Bologna: il Mulino.
- Hofstede, G. e. (2005). *Cultures and Organizations: Software of the mind*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- Lee Whorf, B. I. (1964). Language, thought, and reality. In J. C. di), *selected writings of Benjamin Lee Whorf*. Cambridge (MAS.): The M.I.T. press. Trad.it di F. Ciafaloni (1977) *Linguaggio, pensiero e realtà*; cura, raccolta di scritti a cura di J.B. Carroll; Torino: Boringhieri.
- Minsky, M. (1975). A framework for representing knowledge. In W. P. di), *The psychology of computer vision* (S. 211-277). New York: McGraw-Hill.
- Rosch, E. (1973). Natural Categories. *Cognitive Psychologie* 4, S. 328-350.
- Schank R., A. R. (1977). *Scripts, plans, goals and understanding*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Watzlawick, P. B. (1971). *Pragmatica della comunicazione umana*. Roma: Astrolabio.