

SAIL 10

Tra lingue e culture

La comunicazione
interculturale
fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera



Edizioni
Ca' Foscari



Tra lingue e culture: Russia

SAIL

Studi sull'apprendimento
e l'insegnamento linguistico

Collana diretta da | A series edited by
Paolo E. Balboni

Sezione sulla comunicazione interculturale
Section on Intercultural Communication
co-diretta da | co-edited by
Fabio Caon

10



Edizioni
Ca' Foscari

SAIL

Studi sull'apprendimento e l'insegnamento linguistico

Direttore | General editor

Paolo E. Balboni (Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

Comitato scientifico | Advisory board

Fabio Caon (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Carmel M. Coonan (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Marie-Christine Jamet (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Carlos Alberto Melero Rodríguez (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Graziano Serragiotto (Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

Comitato di redazione | Editorial staff

Fabio Caon (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Carlos Alberto Melero Rodríguez (Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

Revisori | Referees

Andrea Balbo (Università degli Studi di Torino, Italia) Antonella Benucci (Università per Stranieri di Siena, Italia) Marina Bettaglio (University of Victoria, Canada) Marilisa Birello (Universitat Autònoma de Barcelona, Espanya) Elisabetta Bonvino (Università degli Studi di Roma Tre, Italia) Enrico Borello (Università degli Studi di Firenze, Italia) Cristina Bosio (Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Italia) Bona Cambiaghi (Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Italia) Danilo Capasso (Università di Banja Luka, Bosna i Hercegovina) Mario Cardona (Università degli Studi di Bari «Aldo Moro», Italia) Alejandro Castañeda Castro (Universidad de Granada, España) Veronique Castellotti (Université François-Rabelais, Tours, France) Cristina Cervini (Università di Bologna, Italia; Université Stendhal, Grenoble, France) Michele Daloiso (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Paola Desideri (Università degli Studi «G. D'Annunzio», Chieti Pescara, Italia) Bruna Di Sabato (Università degli Studi Suor Orsola Benincasa, Napoli, Italia) Pierangela Diadori (Università per Stranieri di Siena, Italia) Luciana Favaro (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Terry Lamb (The University of Sheffield, UK) Cristina Lavinio (Università degli Studi di Cagliari, Italia) René Lenarduzzi (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Geraldine Ludbrook (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Cecilia Luise (Università degli Studi di Firenze, Italia) Carla Marello (Università degli Studi di Torino, Italia) Marcella Maria Mariotti (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Patrizia Mazzotta (Università degli Studi di Bari Aldo Moro, Italia) Marcella Menegale (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Marco Mezzadri (Università degli Studi di Parma, Italia) Anthony Mollica (Brock University, St. Catharines, Ont., Canada) Radica Nikodinovska (Univerzitet Sv. Kiril i Metodij, Skopje, Makedonija) David Newbold (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Christian Ollivier (Université de La Réunion, Le Tampon, France) Gabriele Pallotti (Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Italia) Salvador Pippa (Università degli Studi Roma Tre, Italia) Gianfranco Porcelli (Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Italia) Anna Lia Proietto Basar (Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul, Türkiye) Mariangela Rapaciuolo (National Technical University of Athens, Greece) Federica Ricci Garotti (Università degli Studi di Trento, Italia) Tanya Roy (University of Delhi, India) Bonaventura Ruperti (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Matteo Santipolo (Università degli Studi di Padova, Italia) Enrico Serena (Università Ca' Foscari Venezia, Italia) Flora Sisti (Università degli Studi di Urbino «Carlo Bo», Italia) Simone Torsani (Università degli Studi di Genova, Italia) Massimo Vedovelli (Università per Stranieri di Siena, Italia) Nives Zudic (Univerza na Primorskem, Koper, Slovenia)

URL <http://edizionicafoscari.unive.it/it/edizioni/collane/sail/>

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale
fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

Venezia

Edizioni Ca' Foscari – Digital Publishing

2017

Tra lingue e culture: La comunicazione interculturale fra russi e italiani
Cristina Dalla Libera

© 2017 Cristina Dalla Libera per il testo

© 2017 Edizioni Ca' Foscari – Digital Publishing per la presente edizione

Qualunque parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, memorizzata in un sistema di recupero dati o trasmessa in qualsiasi forma o con qualsiasi mezzo, elettronico o meccanico, senza autorizzazione, a condizione che se ne citi la fonte.

Any part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means without permission provided that the source is fully credited.

Edizioni Ca' Foscari – Digital Publishing

Università Ca' Foscari Venezia

Dorsoduro 3246

30123 Venezia

<http://edizionicafoscari.unive.it/>

ecf@unive.it

1a edizione maggio 2017

ISBN 978-88-6969-149-2 [ebook]

ISBN 978-88-6969-148-5 [print]



Certificazione scientifica delle Opere pubblicate da Edizioni Ca' Foscari – Digital Publishing: tutti i saggi pubblicati hanno ottenuto il parere favorevole da parte di valutatori esperti della materia, attraverso un processo di revisione anonima sotto la responsabilità del Comitato scientifico della collana. La valutazione è stata condotta in aderenza ai criteri scientifici ed editoriali di Edizioni Ca' Foscari.

Scientific certification of the works published by Edizioni Ca' Foscari – Digital Publishing: all essays published in this volume have received a favourable opinion by subject-matter experts, through an anonymous peer review process under the responsibility of the Scientific Committee of the series. The evaluations were conducted in adherence to the scientific and editorial criteria established by Edizioni Ca' Foscari.

Tra lingue e culture: La comunicazione interculturale fra russi e italiani / Cristina Dalla Libera — 1. ed. — Venezia: Edizioni Ca' Foscari – Digital Publishing, 2017. — 142 p.; 23 cm. — (Sail; 10). — ISBN 978-88-6969-148-5.

URL <http://edizionicafoscari.unive.it/it/edizioni/libri/978-88-6969-148-5/>

DOI 10.14277/978-88-6969-149-2

Abstract

This publication is meant to provide a vivid snapshot of the main intercultural communication problems that may arise in interactions between Italians and Russians. Russians, by their own admission, have a well-known and widespread feeling of congeniality towards Italy and a predilection for the country and its inhabitants. Nevertheless, it is impossible to avoid some cultural factors, the misinterpretation of which can lead to misunderstandings. These misunderstandings have an impact on the effectiveness of communication between interlocutors, obscuring the real meaning of the message they want to get across. More often than not, the most common misunderstandings among speakers with different native languages are due to inaccuracies closely linked to linguistic interactions. Grammatical, syntactic and lexical errors are usually due to a speaker's degree of competence in a foreign language. English as a 'lingua franca' is not always spoken correctly by non-native speakers. It does not necessarily represent the ideal and most suitable mode of communication for foreigners. The critical issues inside the frame of intercultural communication discussed and analysed in this publication are the problems related to non-verbal codes and the basic values that characterize and differentiate the two cultures. Some communicative events, or rather the circumstances in which communication is actually carried out among people from different places, and the competence of their respective interpersonal skills, are fundamental to reducing or removing any risk of making the interaction ineffective or even impossible.

Эта книга представляет собой обзор основных проблем межкультурной коммуникации, которые проявляют себя при взаимодействии представителей Италии и России. Несмотря на то, что интерес и симпатия к Италии и её жителям всегда являлось одной из характеристик российского народа, тем не менее, нельзя пренебрегать тем, что некоторые культурные аспекты, если они неправильно интерпретированы, могут привести к недоразумениям. Ошибочное восприятие, пусть непреднамеренное, оказывает влияние на эффективность общения, искажая действительное значение того, что мы пытаемся донести до нашего собеседника. И действительно, чаще, чем мы думаем, самые значительные случаи недопонимания среди собеседников, носителей разных языков, находят свое отражение не только в сфере словестного обмена информацией. Грамматические, лексические или синтаксические ошибки чаще всего могут быть оправданы уровнем владения иностранным языком. Тот же английский, часто используемый не носителями языка как «универсальный», не всегда корректен, а потому, часто не является идеальным инструментом для полноценного общения с иностранцами. В данном издании были рассмотрены критические моменты в рамках межкультурной коммуникации, а именно: проблемы, связанные с невербальным общением, с базовыми ценностями, которые характеризуют и дифференцируют две культуры и с языковыми различиями. Так же были рассмотрены некоторые ситуации, с которыми неизбежно сталкиваются представители разных культур при взаимодействии, и в которых владение навыками межличностного общения становится незаменимым инструментом для того, чтобы снизить или избежать риск столкновения с обстоятельствами, которые делают трудным или даже невозможным коммуникативный обмен информацией.

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

Sommario

Ringraziamenti	9
Prefazione Fabio Caon	11
Introduzione	23
Traslitterazione dell'alfabeto cirillico	25
1 La comunicazione interculturale tra italiani e russi Aspetti teorici, statistici e metodologici della ricerca	27
2 Gli strumenti della comunicazione non verbale	39
3 Problemi di comunicazione dovuti a valori culturali	69
4 Problemi interculturali legati alla lingua	89
5 Gli eventi comunicativi	101
Bibliografia di riferimento	117
Appendice Questionario di comunicazione interculturale	123

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

Ringraziamenti

Nella stesura di questo volume sono davvero molte le persone alle quali devo un sentito e autentico ringraziamento per l'incoraggiamento e il supporto ricevuti. Prima di tutto, desidero ringraziare gli *informant*, sia italiani sia russi, che con pazienza e spirito di collaborazione si sono resi disponibili a condividere con me episodi ed esperienze di vita. La mia più immensa gratitudine va a Paolo E. Balboni per non avermi mai fatto mancare le sue preziose e indispensabili indicazioni, unitamente alla sua straordinaria competenza nell'ambito della comunicazione culturale. Ringrazio Fabio Caon soprattutto per avermi spronata ad intraprendere quest'esperienza. Infine, la mia riconoscenza va a tutti i miei amici russi e italiani che vivono o hanno vissuto a Mosca e che non mi hanno mai fatto mancare i loro consigli e il loro sostegno.

Questo libro è dedicato all'amicizia tra il popolo russo e quello italiano.

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

Prefazione

Fabio Caon

(Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

Sommario 1 La competenza comunicativa. – 2 La competenza comunicativa interculturale. – 3 Un modello per l'analisi della comunicazione interculturale: la sua funzione, i suoi limiti. – 4 Le abilità relazionali in ambito interculturale.

Questo è il secondo volume della sezione COM.INT della collana SAIL, dedicata specificamente alla dimensione interculturale della comunicazione, ricordando che quest'ultima rimane l'obiettivo dell'approccio comunicativo all'apprendimento/insegnamento delle lingue straniere.

La pertinenza di questi studi all'interno degli studi sull'educazione linguistica è da ricercarsi nel concetto di competenza comunicativa e nella continuità tra il modello di competenza comunicativa e quello di competenza comunicativa interculturale di cui abbiamo già approfondito le correlazioni in altre sedi (Balboni, Caon, 2015). Per riprendere, in estrema sintesi, tale prossimità affermiamo che se è vero che l'insegnamento delle lingue seconde e straniere mira alla competenza comunicativa e se è vero che la comunicazione in lingua seconda e straniera implica necessariamente la presenza di due interlocutori che hanno diversi 'software mentali', diverse matrici culturali, allora la dimensione interculturale, cioè di interazione tra due culture (o, più precisamente, tra due persone che interpretano in modo originale tali matrici) all'interno di uno scambio comunicativo, è oggetto di attenzione e, nelle forme e nei limiti del possibile, di insegnamento.

1 La competenza comunicativa

Per chiarire ulteriormente i legami tra i due ambiti, muoviamo dal modello di Balboni (discusso in varie opere e presentato nella sua forma definitiva in Balboni, Caon 2014), che qui riprendiamo con un diagramma:

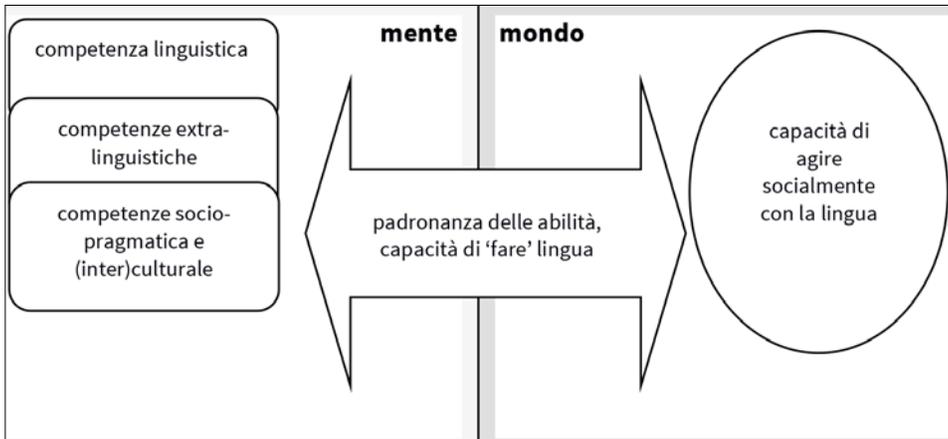


Figura 1. Il diagramma sulla competenza comunicativa

Il modello (che come tutti i modelli tende a descrivere un oggetto o un fenomeno in maniera indipendente da luogo e tempo) scinde tra le competenze, cioè sistemi di regole e di conoscenze, situate nella mente e le competenze che consentono la performance in eventi comunicativi situati nel mondo, in specifici hic et nunc. Tra questi due ambiti, la realtà mentale e quella sociale, c'è un fascio di abilità (di comprensione, produzione, interazione, manipolazione di testi) che traducono in atto (in testi compresi, prodotti, dialogati o manipolati) le potenzialità delle competenze mentali.

Presentando una sintetica descrizione del modello, diremo che nella mente umana si possono sviluppare tre tipi di competenze che definiscono il 'sapere la lingua':

- a. la competenza linguistica, basata sull'apprendimento e il potenziamento delle grammatiche fonologica, grafemica, morfosintattica, lessicale e testuale che regolano la lingua;
- b. la competenza extralinguistica, fondata sulla consapevolezza e la conoscenza dei linguaggi non verbali delle dimensioni cinesica, prossemica, vestemica e oggettemica;
- c. la competenza socio-pragmatica e (inter)culturale, incentrata sull'apprendimento della lingua in uso e sulla capacità di esercitare le diverse funzioni linguistiche nei relativi generi e atti comunicativi, espressioni e registri linguistici.

Quando le competenze linguistiche, extralinguistiche, socio-pragmatiche e (inter)culturali sono utilizzate nel 'mondo', ovvero all'interno di situazioni comunicative 'reali', esse si trasformano in 'saper fare lingua'.

Il passaggio dalla dimensione mentale alla dimensione dell'azione comunicativa è reso possibile dalla padronanza delle abilità linguistiche che rappresenta il 'saper fare lingua': ascoltare e leggere (abilità ricettive pri-

marie), parlare e scrivere (abilità produttive primarie), dialogare (abilità interattiva integrata) e scrivere sotto dettatura, scrivere appunti, riassumere, parafrasare, tradurre (abilità manipolative integrate).

Il risultato finale è il ‘saper fare con la lingua’, ossia la capacità di comunicare inteso come «scambiare messaggi efficaci» (Balboni 2012, 121) all’interno di eventi comunicativi in cui si usa correttamente la lingua nei termini di efficienza pragmatica e di adeguatezza rispetto al contesto socio-culturale di riferimento.

2 La competenza comunicativa interculturale

Da questo modello, come accennato, deriva quello della competenza comunicativa interculturale che riprendiamo da Balboni e Caon (2015).

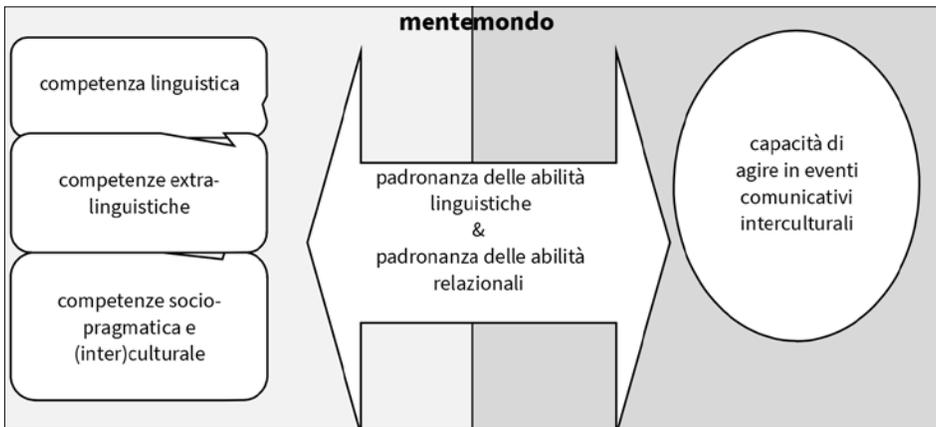


Figura 2. Il diagramma sulla competenza comunicativa interculturale

Anche in questo caso, il modello scinde tra le competenze situate nella mente e le competenze che consentono la performance in eventi comunicativi situati nel mondo. Ecco come leggere lo schema:

- a. come nel modello di competenza comunicativa, nella «mente» abbiamo delle competenze, cioè dei sistemi di ‘regole’ da osservare, per sapere se ci sono potenziali punti critici interculturali: la lingua, gli altri codici, i valori culturali; la stessa osservazione va fatta nel «mondo» in ordine ai meccanismi che regolano gli eventi comunicativi. Questi elementi dello schema hanno uno scopo ‘descrittivo’ e possono orientare l’osservazione;
- b. tra mente e mondo troviamo il ponte costituito non solo dalle abilità linguistiche proprie del modello di competenza comunicativa ma anche da quelle relazionali, che vanno sviluppate modificando la

propria forma mentis in ordine alla reazione *emozionale* di fronte ad azioni o parole di interlocutori di altre culture che riteniamo incomprensibili, poco appropriate o spiacevoli e *sociale* di fronte a quelle che percepiamo come offese, mancanze di attenzione, segnali di ‘maleducazione’ e così via. Questo elemento dello schema ha invece uno scopo ‘processuale’ ovvero di intervenire sul modo di gestire i propri pensieri, il proprio stato emotivo e l’interazione con l’interlocutore.

Anche dalla semplice visione dei due diagrammi è evidente come il modello di competenza comunicativa interculturale derivi da quello di competenza in quanto riprende le categorie e ne aggiunge una. L’integrazione fondamentale, che differenzia la competenza in una lingua ‘x’ o ‘y’ dalla competenza comunicativa ‘interculturale’, è collocata nella casella che segna il raccordo tra le competenze mentali e l’azione nel mondo, poiché per essere competenti in chiave interculturale, le abilità linguistiche devono essere sostenute anche da quelle relazionali.

3 Un modello per l’analisi della comunicazione interculturale: la sua funzione, i suoi limiti

Come introduzione ad una collana di studi tenuti insieme da un modello di riferimento, ci sembra fondamentale richiamare l’attenzione su un rischio possibile nella lettura di questo volume e di tutti i contributi che verranno in seguito e che hanno anche generato l’evoluzione del modello di Balboni (1999, 2007) a quello di Balboni e Caon (2015), ovvero di operare una lettura stringente, ‘rigida’, quasi assoluta, delle informazioni contenute nelle voci che vengono presentate, come se queste rappresentassero delle certezze incontestabili. Le aree di osservazione (aspetti verbali, non verbali, valori di fondo, eventi comunicativi) forniscono, infatti, degli spunti importanti su cui il comunicatore interculturale può soffermarsi con attenzione per poter evitare o ridurre alcuni rischi di fraintendimento, incomprensione, conflitto con l’altro o, almeno, per gestire le situazioni problematiche che possono crearsi in contesti multiculturali o internazionali. Le informazioni presentate però vanno lette con un atteggiamento equilibrato tra fiducia e sfiducia, per cui si renda necessaria sempre una ‘verifica sul campo’ atta a non cadere nella generalizzazione pregiudiziale. La ragione di tale atteggiamento va ricercata nel fatto che le culture sono dinamiche e le relazioni sono influenzate da fattori contingenti e di volta in volta specifici che non possono essere ‘fermati’ in un qualsiasi saggio o volume.

All’atto pratico, quindi, l’obiettivo principale di questi studi è quello di favorire, con esemplificazioni, la costruzione di un manuale personale da parte del lettore. Un manuale ‘fai-da-te’ dinamico, stratificato e in continua evoluzione, così come sono le persone, i rapporti e le culture.

Questa indicazione è chiara fin dalle origini del modello: Balboni (1999), infatti, parla esplicitamente di «modello di *osservazione*, di *analisi*» che, per sua natura, deve essere sintetico e cognitivamente economico ma che tale deve restare. Osservare ed analizzare, infatti, sono strategie per gestire più efficacemente la relazione che, di per sé, è creativa in quanto non preordinata su schemi fissi ed immobili. Avere dei «punti di osservazione» strategici è una possibile facilitazione dell'osservazione, e tale è l'obiettivo del modello, della mappa della comunicazione interculturale che da esso deriva (<http://www.unive.it/labcom>) e dei saggi che lo declineranno puntualmente per i vari Paesi in questa collana.

Come sottolineato in precedenza, le situazioni sono dinamiche e rispondono non a rigide regole preordinate, ma ad una serie di variabili contestuali che rendono tali situazioni talvolta imprevedibili e chiamano i comunicatori a negoziazioni di significati in tempo reale.

Il modello di Balboni e Caon (2015), così, presenta una serie di abilità relazionali che si trovano a cavallo tra le competenze mentale e la comunicazione reale negli eventi. Tali abilità possono aiutare il lettore a inquadrare le informazioni all'interno di un atteggiamento consapevole dei limiti delle stesse: in questo modo le informazioni possono rappresentare un utile strumento orientativo ma non creare e non pregiudiziali letture della realtà.

È dunque con lo spirito di un necessario relativismo che possiamo mettere sotto una buona luce le informazioni che abbiamo presentato e invitare nuovamente il lettore di tutti i contributi di comunicazione interculturale alla scrittura di un proprio manuale di comunicazione interculturale.

4 Le abilità relazionali in ambito interculturale

In virtù del valore innovativo delle abilità relazionali rispetto al consolidato modello di Balboni e, soprattutto, del fatto che non verranno specificamente trattate nei vari contributi della collana, le presentiamo con un maggior grado di approfondimento, rimandando a Balboni e Caon (2015) per una disamina più dettagliata di ogni abilità.

Nella nostra prospettiva, le abilità relazionali fondamentali sono:

a. *saper osservare (decentrarsi e straniarsi)*

Ogni volta che si incontra un'altra persona, ognuno porta con sé esperienze pregresse, idee, proiezioni, concezioni estetiche, valori che condizionano lo sguardo nel momento del contatto. Nell'incontro con persone di altra cultura, spesso, si aggiungono 'filtri' intrapersonali o interpersonali (ad esempio, visioni stereotipate) che rendono ancora più difficile alleggerire il peso del pregiudizio e che possono condizionare negativamente la comunicazione. È

fondamentale, quindi, sviluppare una capacità di osservazione che permetta di evitare (o perlomeno di ridurre) il rischio di compromettere la comunicazione. L'osservazione, nella nostra accezione, è un'attività 'intenzionale' che prevede lo sviluppo della 'capacità di decentramento' e la 'capacità di straniamento'.

Per decentrarsi è utile sviluppare un distacco rispetto ai propri ruoli o ai comportamenti abituali; occorre riuscire a interpretare l'evento comunicativo da una posizione 'terza', differente sia da quella propria sia da quella dell'interlocutore: è come se si dovesse osservare se stessi dall'esterno e parlare di sé in terza persona.

Per straniarsi occorre sviluppare una capacità di distacco emotivo rispetto alla situazione osservata. Anche in questo caso, occorre non lasciarsi condizionare da pensieri e soprattutto da emozioni nel momento dell'incontro e del dialogo: gli errori 'culturali' molto più di quelli 'linguistico-grammaticali' rischiano di compromettere la comunicazione proprio perché investono emozioni e chiamano in causa valori e credenze tanto profonde quanto poco consapevoli. Le capacità succitate vanno «allenate», come giustamente affermano Nanni e Curci (2005) con una costante opera di «decostruzione» della propria verità, che è sempre «parziale», mai «definitiva».

Poiché ognuno osserva l'altro attraverso il filtro della propria cultura, bisogna avere alcune attenzioni al fine di limitare la possibilità di proiettare le proprie categorie sulle culture osservate: secondo Mantegazza (2006, 180) «uno scambio di sguardi arricchisce sempre purché gli sguardi siano onestamente collocati nella cultura che li ha definiti».

Avere consapevolezza del punto da cui si osserva e allenarsi a cambiarlo attraverso il decentramento e lo straniamento diventano i presupposti fondamentali per comunicare con interlocutori di altra cultura e ridurre il rischio di giudicare sulla base di pregiudizi e di stereotipi.

L'osservazione, però, può essere funzionale all'avvio di un processo di decentramento solo se viene seguita da un processo di 'restituzione' attraverso il quale l'osservatore rende esplicita la propria visione all'interlocutore con espressioni del tipo 'io ho visto questo, a me è sembrato di vederti così', 'io ti ho visto fare così'. Tali espressioni, infatti, si limitano a restituire, come in uno specchio, quanto osservato sospendendo giudizi e permettono ad entrambi gli interlocutori (osservatore e osservato) di 'relativizzare' la propria visione;

b. *saper relativizzare*

Ognuno di noi vede la realtà con una lente personale, la quale è anche costituita dal sostrato culturale e dall'orizzonte valoriale in cui la persona si è formata. Se, come afferma Franca Pinto Minerva (2002, 15) «riconoscere l'altro significa accettare di relativizzare il proprio sistema di idee e di valori, per opporsi al rischio, sempre incombente, di voler spiegare, interpretare e 'piegare' i sistemi di vita e di valori degli altri attraverso le nostre categorie concettuali e interpretative», è importante, allora, avere innanzitutto consapevolezza della parzialità del nostro sguardo rispetto alla realtà.

Tale consapevolezza però non basta, essa si deve trasformare in costante atteggiamento di ricerca di un dialogo volto sia alla chiarezza nell'attribuzione di significati condivisi ai comportamenti, sia alla comprensione di cosa essi significano all'interno del paradigma valoriale dell'altro.

In questo modo possiamo 'relativizzare il relativismo', ossia non assolutizzarlo. Il rischio, infatti, è quello di restare in una posizione di immobilismo cognitivo ed emotivo - tipico del multiculturalismo - in cui non vi è ibridazione (o, come vedremo, 'creolizzazione') tra le persone, in nome del rispetto dell'altro. Tale rispetto, assolutamente condivisibile in linea di principio, non è però sufficiente, a nostro avviso, a governare (anche comunicativamente) i complessi processi legati alla globalizzazione, alle grandi migrazioni e alle conseguenti rapide e irrimediabili ristrutturazioni degli assetti sociali e culturali che viviamo.

Nel confronto rispettoso e nella possibilità del cambiamento e della trasformazione (che invece è specifico del concetto di interculturalità) occorre allenarsi a comunicare. Il cambiamento, qui, non va inteso come necessaria modificazione del proprio orizzonte valoriale ma, appunto, come possibilità che chiama ognuno a contemplare costantemente il dubbio più che la certezza come chiave strategica della comunicazione;

c. *saper sospendere il giudizio*

Nella vita quotidiana abbiamo bisogno di una rapidità nel categorizzare le cose e le persone per essere 'pronti' agli imprevisti che possiamo incontrare continuamente e che, minando il nostro 'equilibrio', ci possono turbare. Marianella Sclavi (2003, 47) parla, a tal riguardo, di «urgenza classificatoria» e di come essa orienti «verso credenze pregiudiziali piuttosto che verso meticolose analisi dell'esperienza»: ecco allora che, in prospettiva interculturale, occorre invece «sviluppare la capacità di convivere col disagio dell'incertezza, di sopportare l'esplorazione prolungata e paziente».

Per quanto difficile e poco 'economica' tale capacità sia, essa de-

ve diventare una risorsa cognitiva ed emotiva da utilizzare nella valutazione delle dinamiche comunicative che orienti a strategie di negoziazione e contrasti il sopravvivere o l'instaurarsi di forme pregiudiziali di pensiero le quali hanno l'effetto di spostare la comunicazione dalla persona alla categoria culturale, corrompendone l'efficacia;

d. *saper ascoltare attivamente*

Secondo Marianella Scavi (2005, 143-4)

l'Ascolto Attivo implica il passaggio da un atteggiamento del tipo 'giusto - sbagliato', 'io ho ragione - tu hai torto', 'amico - nemico', 'vero - falso', 'normale - anormale', ad un altro in cui si assume che l'interlocutore è intelligente e che dunque bisogna mettersi nelle condizioni di capire com'è che comportamenti e azioni che ci sembrano irragionevoli e/o che ci disturbano o irritano, per lui sono totalmente ragionevoli e razionali.

Il saper ascoltare attivamente, dunque, prevede delle strategie comunicative utili a chiarire sempre i messaggi sia 'in uscita' sia 'in entrata' quali, ad esempio, 'riassumere', 'riformulare', 'parafrasare', 'rispecchiare' e tutte quelle azioni che mirano, da un lato a precisare il proprio messaggio alla luce della consapevolezza dei propri impliciti culturali, dall'altro a ottenere dall'interlocutore una eventuale chiarificazione (attraverso domande dirette o vie indirette) qualora si avessero dei potenziali dubbi rispetto ai significati impliciti dei suoi messaggi;

e. *saper comprendere emotivamente (empatizzare ed exotopizzare)*

La competenza comunicativa interculturale necessita tanto di risorse cognitive 'razionali' quanto di risorse emotive che vadano nella direzione dell'altro ma anche del proprio io: riconoscere le proprie emozioni, dare loro un nome, auscultarle cercandone eventualmente i legami più o meno consapevoli con il proprio vissuto è un processo fondamentale per gestirle e per poterle utilizzare come uno strumento dialettico costruttivo. Dunque, nella nostra prospettiva, occorre 'osservare' le emozioni e poi dialogare con loro quasi potessimo portarle fuori di noi e interrogarle sul come e, ancor più, sul perché agiscono in quella situazione.

Allo stesso modo, il contatto con l'altro deve necessariamente tenere conto delle sue emozioni che possono essere filtrate dalle stesse ragioni personali e culturali summenzionate.

Utili per un decentramento funzionale alla comprensione è la 'comunicazione emotiva' che prevede la capacità di decentrarsi attraverso due concetti: l'empatia e l'exotopia'.

L'empatia è la capacità di partecipare attivamente allo stato emozionale dell'interlocutore riconoscendo la 'qualità' del suo vissuto emotivo. Anche grazie agli studi sui neuroni specchio, l'idea che sta alla base dell'empatia è la nostra possibilità di 'riconoscere' emotivamente il vissuto degli altri, trovando connessioni indirette con la nostra storia e l'elaborazione emozionale del nostro vissuto. Tale capacità di 'immedesimazione' nell'altro – seppur con una intensità diversa, in quanto l'esperienza a cui si fa riferimento per empatizzare è differente – può favorire un contatto emotivo con l'altro, come se noi lo 'sentissimo', oltre che capirlo.

L'exotopia è invece la capacità di riconoscersi diversi dagli altri e di riconoscere la loro diversità. Sclavi (2003, 172), aprendo una sorta di gerarchia valoriale tra i due concetti, la definisce con queste parole: «una tensione dialogica in cui l'empatia gioca un ruolo transitorio e minore, dominata invece dal continuo ricostituire l'altro come portatore di una prospettiva autonoma, altrettanto sensata della nostra e non riducibile alla nostra» e continua (174):

nell'empatia il ricercatore isola e decontestualizza alcuni tratti della esperienza dell'altro per comprenderla in base alla propria esperienza, quindi mantenendo valido il proprio contesto. Finge di mettersi nelle scarpe dell'altro, ma in realtà, all'ultimo momento, mette l'altro nelle proprie scarpe. Nell'exotopia invece la ricerca inizia quando il ricercatore, avendo cercato di mettersi nelle scarpe dell'altro, si accorge che non gli vanno bene. Ma per accorgersi bisogna 'esporsi'.

L'exotopia può rappresentare, a nostro avviso, una tappa preliminare per un'empatia più consapevole;

f. *saper negoziare i significati*

La summenzionata disponibilità ad 'esporsi', propria della sfera emotiva, unita alla consapevolezza razionale della propria 'relatività' possono favorire quel processo di spiazzamento che viene definito «transitività cognitiva».

La transitività cognitiva crea una sorta di 'permeabilità' relazionale e comunicativa, una disponibilità ad accogliere l'altro e a valutare se cosa egli 'propone' possa essere accolto e integrato nel nostro sistema cognitivo o se, invece, sia da accettare parzialmente o da rifiutare (vedi ancora la dicotomia tra 'cultura' e 'civiltà').

Le abilità che abbiamo qui presentato possono aiutare a sviluppare quel saper 'negoziare i significati' che riteniamo essere il punto d'arrivo di questa parte del modello.

Sulla scia di Wenger (2006, 54) secondo cui «un significato è sempre il prodotto della sua negoziazione [...], non esiste né in noi,

né nel mondo ma in quella relazione dinamica che è il vivere nel mondo», riteniamo che il saper negoziare i significati muova dall'idea che l'attribuzione dei significati ai comportamenti (connotati culturalmente e, di conseguenza con alta probabilità differenti nelle manifestazioni), sia da cercare nella 'co-costruzione di un discorso comune' che espliciti il più possibile quegli impliciti culturali che spesso creano problemi comunicativi in ambito interculturale.

Interessante, a questo proposito, il concetto di 'creolizzazione' che Armando Gnisci (2001) rielabora partendo dallo scrittore caraibico francofono Édouard Glissant. Tale concetto integra l'idea generica di 'meticciamiento' o di 'ibridazione' aggiungendo un aspetto creativo proprio dell'incontro: come le lingue creole sono lingue *pidgin* (cioè frutto dell'incontro di parlanti lingue diverse) nativizzate, la creolizzazione introduce un'idea di creatività e di imprevedibilità propria di quello che la comunicazione è sempre: una costruzione di significati originali tra persone che interpretano delle culture.

Un ulteriore punto di arrivo per noi è rappresentato dalla proposta del concetto di 'cultura di appartenenza' da intendersi come categoria di fondo della quale prendere piena coscienza e sulla quale costruire poi le relazioni. La cultura d'appartenenza è una costruzione soggettiva, un'autopercezione del proprio originale modo di vivere e reinterpretare norme, valori e abitudini di una società.

Essa non è descrivibile in maniera definita e conclusa poiché ognuno di noi costruisce la propria appartenenza nell'intersoggettività, nella relazione con gli altri ed è innanzitutto espressione delle conoscenze che assimila e delle esperienze che fa.

Accorgersi di noi stessi mentre comunichiamo con gli altri, dei nostri paradigmi che diamo spesso per scontati (e spesso per aprioristicamente giusti o come gli unici possibili) è il primo grande obiettivo per poter darci una possibilità di scelta che altrimenti, restando staticamente nella nostra cornice culturale, non potremmo avere. La grande possibilità che ci offre la comunicazione interculturale è, quindi, quella di guardare meglio gli altri grazie ad uno sguardo più attento ma, prima ancora, di guardare meglio noi stessi attraverso gli altri, potendo disporre di angolazioni plurali e inaspettate, valorizzando il maggior potenziale di differenze rappresentate da lingue e linguaggi diversi.

Su queste basi si poggiano tutti i saggi che andranno a comporre questa collana e che potranno così approfondire la conoscenza e l'analisi della complessa ed affascinante comunicazione interculturale.

Riferimenti bibliografici

- Aime, M. (2004). *Eccessi di culture*. Torino: Einaudi.
- Arcaïni, E. (1978). *L'educazione linguistica come strumento e come fine*. Milano: Feltrinelli-Bocca.
- Balboni, P.E. (1999). *Parole comuni, culture diverse. Guida alla comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Balboni, P.E. (2007). *La comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Balboni, P.E. (2008). *Fare educazione linguistica*. Torino: UTET Università.
- Balboni, P.E. (2012). *Le sfide di Babele. Insegnare le lingue nelle società complesse*. Torino: UTET Università.
- Balboni, P.E. (2015). «La comunicazione interculturale e l'approccio comunicativo: dall'idea allo strumento» [online]. *EL.LE. Educazione Linguistica. Language Education*, 4(1), 1-20. URL <https://goo.gl/6B2Hr9> (2016-06-13).
- Balboni, P.E.; Caon, F. (2014). «A Performance-oriented Model of Intercultural Communicative Competence» [online]. *Journal of Intercultural Communication*, 35. URL <http://immi.se/intercultural/nr35/balboni.html> (2016-06-13).
- Balboni, P.E.; Caon, F. (2015). *La comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Caon F., Spaliviero C. (2015). *Educazione linguistica, letteraria, interculturale: intersezioni*. Bonacci: Torino.
- D'Addio Colosimo, W. (1979). «Competenza linguistica ed insegnamento delle lingue». *Lingua e Nuova Didattica*, 2.
- Freddi, G. (1977). «Dei metodi situazionali». *Lingue e civiltà*, voll. 1-2.
- Freddi, G.; Farago Leonardi, M.; Zuanelli, E. (1979). *Competenza comunicativa e insegnamenti linguistici*. Bergamo: Minerva Italica.
- Gnisci, A. (2001). *Una storia diversa*. Roma: Meltemi.
- Hymes, D. (1972). «Models of Interaction of Language and Social Life» [online]. Gumpers, J.J.; Hymes, D. (eds.), *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston. URL <http://www.mapageweb.umontreal.ca/tuitekj/cours/2611pdf/Hymes-Models.pdf> (2016-06-20).
- Mantegazza, R. (2006). *Manuale di pedagogia interculturale. Tracce, pratiche e politiche per l'educazione alla differenza*. Milano: FrancoAngeli.
- Nanni, A.; Curci, S. (2005). *Buone pratiche per fare intercultura*. Bologna: EMI.
- Orletti, F. (1973). «Linguaggio e contesto. Verso una teoria della competenza comunicativa». *La critica sociologica*, 26, 77-95.
- Pinto Minerva, F. (2002). *L'interculturale*. Bari: Laterza.
- Sclavi, M. (2003). *Arte di ascoltare e mondi possibili*. Milano: Mondadori.
- Sclavi, M. (2005). «Ascolto attivo e seconda modernità». *Rivista di Psicologia Analitica*, 19, 137-59.

Wenger, E. (2006). *Comunità di pratica. Apprendimento, significato e identità*. Milano: Cortina.

Zuanelli, E. (1978). *Competenza comunicativa. Precondizioni, conoscenze e regole per la comunicazione*. Venezia: Cafoscarina.

Zuanelli, E. (1981). *La competenza comunicativa*. Torino: Boringhieri.

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

Introduzione

Questo volume nasce dall'idea di voler mettere insieme le voci dei molti italiani che vivono e lavorano stabilmente in Russia e, al contempo, di fonderle con quelle dei russi che a vario titolo mantengono un legame personale e significativo con l'Italia. L'obiettivo è quello di provare a comprendere le dinamiche e le problematiche della comunicazione interculturale tra i due paesi le quali, seppur inserite in un quadro dialettico in continuo farsi, possono facilitare la reciproca consapevole conoscenza, superando pregiudizi, incomprensioni, stereotipi riduttivi e fuorvianti. Il primo luogo comune da sfatare è che, nell'interazione con un popolo di un paese straniero, possedere la sola competenza linguistica aver studiato e parlarne la lingua, non è uno strumento sufficiente per poter affermare di conoscere anche i modelli di natura culturale, i valori sociali e antropologici, i comportamenti e le abitudini che caratterizzano quel popolo. Se lo scopo è quello di instaurare una relazione di tipo comunicativo che raggiunga lo scopo prefissato: farsi capire ed essere capiti nel tentativo di azzerare al minimo il rischio di originare fraintendimenti allora è necessario tener presente una serie di capacità di relazione, che tengano in considerazione oltre ai linguaggi verbali, anche quelli non verbali (espressioni del corpo, del viso, movimenti degli arti e degli occhi), quelli più prettamente valoriali (concetto di pubblico e privato, tempo, gerarchia, segnalatori di benessere o povertà).

La comunicazione interculturale passa, quindi, non tanto attraverso la sola osservazione dell'altro, quanto piuttosto in una serie di fattori relazionali che consentano di creare un terreno comune e non neutro, nel quel sia possibile incontrarsi, ciascuno con le proprie peculiarità, ma con uno spirito intenzionale, aperto e volenteroso di venirsi incontro e di accettare che il nostro sguardo sulla realtà non è univoco, totalizzante, ma parziale e relativo (Balboni, Caon 2015).

Le voci sono le testimonianze e il contributo di tutti coloro che si sono prestati con disponibilità alla fase iniziale e più importante del lavoro: la raccolta di informazioni, impressioni, indicazioni, episodi ed esperienze di vita vissuta, attraverso la registrazione di domande, contenute in un questionario, il cui scopo era quello di far emergere dati utili e significativi per la ricerca.

Nella scelta delle persone da intervistare si è tenuto conto della loro professione e della loro formazione, cercando di spaziare il più possibile: dal manager d'azienda, all'insegnante, alla casalinga, al medico, all'impiegato.

Quanto emerso non ha la pretesa di configurarsi come dato statistico incontrovertibile, ma di rappresentare un corredo reale di piccoli e grandi confronti - in qualche caso scontri - fra persone appartenenti a due culture complesse e variegate.

La griglia di osservazione e di raccolta di appunti e materiali sulla competenza comunicativa interculturale di Balboni (2007), successivamente ampliata (Balboni, Caon 2015) è stata di fondamentale riferimento, aiuto e guida. È stata seguita, apportando cambiamenti o modifiche laddove si è ritenuto che la specificità del contesto russo lo richiedesse.

Il dato evidente sin da subito è stato che la quasi totalità degli italiani intervistati ha mostrato di avere una visione dei russi alquanto omogenea. Al contrario, questi ultimi, percepiscono gli italiani in tanti modi diversi, riuscendo a cogliere le differenze regionali o di provenienza che ci caratterizzano. Molto dipende dal fatto che l'Italia rappresenta una delle mete turistiche più ambite, sia per gli esponenti dei ceti facoltosi, sia per coloro che hanno meno possibilità, ma che mettono da parte rublo dopo rublo per poter passare almeno una settimana nel Belpaese.

Non di rado si sviluppa una relazione di fidelizzazione, grazie alla quale in Italia si torna annualmente o almeno tutte le volte che è possibile. Chi si trova in una condizione economica privilegiata acquista residenze nei luoghi più esclusivi, come la Costa Smeralda, Forte dei Marmi, il Lago di Como e vi trascorre lunghi periodi dell'anno. La tendenza è quella di far risiedere in Italia la famiglia nei tre mesi estivi (giugno, luglio e agosto), mentre il capofamiglia fa la spola, arrivando nei fine-settimana e concedendosi un paio di settimane di vacanza nel periodo di mezza estate.

Il contesto sociale e culturale nel quale si inserisce la ricerca è rappresentato dalla capitale Mosca, che molti definiscono uno 'stato nello Stato'. Il paese, per la sua vastità e diversità climatica, per la diversificazione di concentrazione demografica presenta situazioni molto distanti da regione a regione, dalle zone rurali (la maggioranza del territorio), rispetto ai grandi centri urbani, ma fuori da questi i contatti tra italiani e russi sono pressoché inesistenti.

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

Traslitteazione dell'alfabeto cirillico

Attualmente, il sistema di traslitteazione, dopo una serie di modifiche e revisioni accordate sia dalle autorità russe che dalle Nazioni Unite, prende il nome di ISO 9:1995 ed ammette l'uso dei segni diacritici.

A questa norma ci siamo attenuti per la traslitteazione.

Tabella 1.

LETTERE ALFABETO RUSSO A CARATTERE STAMPATO MAIUSCOLO E MINUSCOLO	TRASLITTEAZIONE IN ITALIANO	PRONUNCIA
А, а	A, a	A
Б, б	B, b	B
В, в	V, v	V
Г, г	G, g	G di 'gamba'; V nei gruppi-ero e -oro
Д, д	D, d	D
Е, е	E, e	IE
Ё, ё	Ë, ë	IO, sempre accentata (iò)
Ж, ж	Ž, ž	'J' del francese
З, з	Z, z	S di 'rosa'
И, и	I, i	I
Й, й	J, j	I breve, come in 'iato'
К, к	K, k	C di 'casa'
Л, л	L, l	L
М, м	M, m	M
Н, н	N, n	N
О, о	O, o	O
П, п	P, p	P
Р, р	R, r	R
С, с	S, s	S di 'sorella'
Т, т	T, t	T
У, у	U, u	U
Ф, ф	F, f	F
Х, х	CH, ch	CH aspirata
Ц, ц	C, c	Z di zar
Ч, ч	Č, č	C di 'ciao'
Ш, ш	Š, š	SC di 'scivolare'

Щ, щ	Šč, šč	come il precedente, ma palatalizzato
Ъ, ъ	‘	‘segno duro’, non palatalizza la consonante precedente
Ы, ы	Ÿ, y	Si pronuncia alzando il corpo della lingua verso la sezione centrale del palato
Ь, ь	‘	‘segno debole’, palatalizza la consonante precedente
Э, э	E, e	e di ‘ecco’
Ю ю	JU, ju	JU di ‘iuta’
Я, я	JA, ja	JA di ‘Jacopo’

1 La comunicazione interculturale tra italiani e russi

Aspetti teorici, statistici e metodologici della ricerca

Abstract In the first chapter the epistemological principles that characterize the research done for this work are explained as a whole. Aspects of these principles developed in a more specific and detailed manner successively. References are related to Balboni's intercultural communicative model, later supplemented by an additional volume, containing a revised and expanded model by Balboni and Caon. Attention was mainly focused on the difficulties related to the development of intercultural communicative competence, subsequently referred to as four macro-areas: verbal codes, non-verbal codes, cultural values and communicative events. The aim of Chapter 1 is also to strengthen the above-mentioned aspects through strategies that monitor relational abilities, the contribution of which is fundamental in order to achieve effective intercultural communication. This is done by avoiding misunderstandings, conditioning and obscuring communicative conversations, which may alter interactions among people with a different 'cultural grammar'. Finally, statistical aspects, research methods and a cross-section and survey process, in which data and information were collected and became part of the present work, are all discussed.

Sommario 1.1 Il modello teorico di riferimento per l'osservazione e la descrizione della comunicazione interculturale. – 1.2 Le abilità relazionali e un nuovo modello teorico di competenza comunicativa interculturale. – 1.3 La ricerca sul campo. – 1.3.1 Lo strumento di ricerca. – 1.3.2 Il campione di indagine.

Questo primo capitolo presenta il modello di riferimento della griglia di osservazione di Balboni e Caon (2015), che costituisce la base di tutto il nostro lavoro. Nei capitoli verranno trattati separatamente gli strumenti della comunicazione non verbale, i problemi di comunicazione derivanti dalle differenze valoriali tra gli italiani e i russi, la riflessione sull'uso dei linguaggi verbali e le difficoltà che da essi possono scaturire, sia di natura prettamente linguistica, che sociolinguistica e pragmatica. Infine, saranno presentati alcuni eventi comunicativi, i setting fisici, i contesti tangibili nei quali si realizza fattivamente la comunicazione interculturale tra individui appartenenti a culture native differenti, nelle quali prendere un caffè o bere un tè sono concetti diversi nelle culture di appartenenza.

Sulla base del modello di riferimento, che si presta a cambiamenti e modificazioni, e della valutazione dei due paesi in esame e delle loro caratteristiche peculiari sono stati scelti con cura gli eventi comunicativi

ritenuti particolarmente significativi per una visione che riesca a inglobare quante più informazioni utili possibili.

Scrive Magli:

La comunicazione non si svolge lungo un solo canale, ma si presenta come un fascio fluido e poliedrico di più moduli comportamentali: verbali, timbrici, posturali, contestuali. Ciascuno di questi segnali qualifica il significato di tutti gli altri. La comunicazione si costituisce come interazione simultanea di più linee di codici diversi che interagiscono fra di loro, su differenti livelli. (1981, 147)

La direzione che si è voluta seguire è stata quella della ricerca di un percorso che contribuisca a dare le indicazioni per un incontro interculturale positivo, riguardoso delle diversità e capace di non fermarsi alla mera osservazione dei fatti o delle persone, quanto piuttosto di dar vita ad un terreno comune di dialogo, considerando che le incomprensioni e le brutte figure sono sempre in agguato.

Nella seconda parte del capitolo si procederà alla disamina delle abilità relazionali per un'ulteriore e più completa acquisizione degli aspetti ritenuti indispensabili ai fini della competenza comunicativa interculturale (Balboni, Caon 2015).

Per concludere, saranno illustrati i dati e le indicazioni di natura metodologica e statistica, che hanno costituito il *modus operandi* e il campo d'azione della ricerca stessa.

1.1 Il modello teorico di riferimento per l'osservazione e la descrizione della comunicazione interculturale

Il modello di competenza comunicativa interculturale dal quale prendono le mosse l'impianto teorico, la ricerca e l'elaborazione delle informazioni del presente volume è quello di Balboni (2007a). Il presupposto è che si agisca appunto su un 'modello' dalla struttura non rigida, ma duttile, alterabile e modificabile. Questo perché la competenza comunicativa interculturale, sempre secondo Balboni, non può essere insegnata: «Non si può insegnare la competenza, ma si può insegnare un modello di competenza comunicativa interculturale, in modo che ciascuno ci costruisca giorno per giorno, esperienza per esperienza, contatto per contatto, incidente per incidente la sua competenza comunicativa interculturale» (Balboni 2007a, 16).

I fattori ostativi nei confronti di un modello statico sono da individuarsi:

- a. nella genesi stessa della comunicazione interculturale, ossia della sua continua metamorfosi, soprattutto ad opera della globalizzazione;

- b. nell'impossibilità di analizzare ogni singola cultura presente sul pianeta in relazione ad ogni altra.

Il modello teorico di competenza comunicativa interculturale, rappresentato in forma di diagramma nell'introduzione di Fabio Caon, cui si rimanda, si dipana partendo da quattro macro aspetti, tali da comprendere:

- a. gli strumenti della comunicazione non verbale.
Si è volutamente deciso di partire proprio da questi ultimi, per una presa di posizione precisa, da parte di chi scrive: la prima elaborazione mentale, quando si incontra una persona è di tipo visivo. Prima ci si guarda, poi ci si parla. Inoltre, è stato stimato che l'80% delle informazioni che arrivano alla corteccia cerebrale passano attraverso gli organi della vista (Balboni 2007a). Quindi, in qualsiasi tipo di scambio che intende essere 'comunicativo' tra individui siamo sempre prima visti e poi ascoltati. Questo è tanto più vero nell'interazione tra persone provenienti da culture diverse, nei quali giocano un ruolo di primaria importanza la mimica facciale, la gestualità, l'abbigliamento, le calzature, i profumi, gli odori o i rumori del corpo, la distanza interpersonale, la postura, lo sguardo, l'uso di monili, accessori e simili.
Nello specifico, la frequenza con cui si ricorre al linguaggio del corpo è uno degli aspetti che differenzia più manifestamente i russi dagli italiani. Molto più composti e rigidi i primi, più espansivi e gesticolatori i secondi. Queste due diverse interpretazioni dei codici non verbali è spesso ai primi posti nella classifica degli equivoci e delle incomprensioni, in ambito comunicativo interculturale. Ci sono due aneddoti, raccontati dai russi, che permettono subito di individuare un italiano a Mosca: le calzature e le 'tasche che si muovono', se la persona tiene le mani in tasca, magari camminando per la strada. Gli italiani sono ben conosciuti per la loro ampia e varia capacità di gesticolazione. Tuttavia, se generalmente è considerato un fattore accettabile, perché tratto distintivo di un popolo e considerato divertente, se usato in maniera troppo disinvolta può creare fastidio, se non addirittura intolleranza. L'intolleranza è la fine ingloriosa di qualsiasi tentativo di instaurare uno scambio comunicativo di natura interculturale;
- b. i valori culturali di fondo.
Comprendono tutti i fattori insiti in ogni società, gruppo o etnia che si ripercuotono sulla comunicazione. In particolare, nella comunicazione tra parlanti di lingue native diverse ci sono fattori che più di altri hanno un effetto potenzialmente dannoso. I valori culturali profondi, così come anche le altre componenti della competenza

comunicativa interculturale, non hanno una connotazione neutrale e valida per tutti, anche se parrebbe. L'antropologo e psicologo olandese Hofstede, pioniere della comunicazione interculturale, ha condotto degli studi che dimostrano come i valori culturali di un gruppo o di una organizzazione influiscano sul confronto con entità altre. Nella sua opera più conosciuta, *Cultures and Organizations: Softwares of the Mind* (1991), ha mutuato dal linguaggio informatico una serie di termini che risultano utili per semplificare la spiegazione del processo che la mente umana elabora per definire i significati che ciascuno di noi attribuisce ai valori culturali di appartenenza. Hofstede definisce «software mentali» quei concetti di cui, spesso, crediamo di essere consapevoli, ma che di fatto risultano automatici e non elaborati, perché ci viviamo immersi. Quando ci troviamo in una situazione di interazione come nella comunicazione interculturale prendiamo coscienza che le categorie di valori possono anche essere più o meno le medesime, ma sono interpretate e vissute in maniera estremamente diversa. Al fine di acquisire le necessarie abilità in contesti interculturali Hofstede scrive:

L'acquisizione delle abilità di comunicazione interculturale passa attraverso tre fasi: consapevolezza, conoscenza e abilità. Tutto comincia con la consapevolezza: il riconoscere che ciascuno porta con sé un particolare software mentale che deriva dal modo in cui si è cresciuto, e che coloro che sono cresciuti in altre condizioni hanno, per le stesse ottime ragioni, un diverso software mentale [...]. Poi dovrebbe venire la conoscenza: se dobbiamo interagire con altre culture, dobbiamo imparare come sono queste culture, quali sono i loro simboli, i loro eroi, i loro riti [...].

L'abilità di comunicare tra culture deriva dalla consapevolezza, dalla conoscenza e dall'esperienza personale. (1991, 230-1)

Sono sempre riconducibili a software mentali differenti i principi di lealtà, onestà, *fair play*, rispetto, il senso della famiglia e dei legami parentali, l'importanza e l'esibizione della ricchezza e il valore del denaro e degli oggetti che ostentano lo status symbol. A Mosca, città nella quale si concentrano molti oligarchi e miliardari, le cui fortune sono spesso di dubbia origine, l'atto del mostrare la propria ricchezza equivale alla manifestazione del potere;

c. i codici verbali.

Il primo elemento che viene recepito è, naturalmente, quello sonoro. Per i russi, l'italiano è 'la lingua bella', ma quando gli italiani parlano il tono viene percepito come troppo alto. Per gli italiani il russo è complesso, con strutture ipotattiche lunghe, che determinano proposizioni estese, in cui 'si perde il filo'. La velocità dell'elo-

quo in genere viene percepita come scortesie. Le scelte lessicali si pongono oltremodo complesse in ambienti molto formali, così come quelle riguardanti alcuni argomenti di natura tabuizzata (in Russia l'omosessualità), o di non rispettare la *political correctness*, una linea di opinione scevra di qualsiasi pregiudizio. Determinanti ai fini di una comunicazione che raggiunga lo scopo prefissato anche alcuni aspetti pragmatici, che si traducono nelle cosiddette 'mosse comunicative', concetti-chiave dell'approccio sistemico alla comunicazione (Schmidt 1990), che possono, a seconda dell'intenzione del parlante e dell'interpretazione del ricevente, trasformarsi in azioni relazionali positive, con un movimento verso l'alto, quindi *up*, oppure negative, verso il basso e verso l'incomprensione, definite *down*. Alcuni esempi di mosse comunicative che possono essere utili nella competenza comunicativa interculturale verranno approfondite nel quarto capitolo.

d. gli eventi comunicativi.

Gli eventi comunicativi rappresentano i setting interculturali nei quali si realizzano le interazioni tra i parlanti presenti sulla scena, ossia la performance. Sono le occasioni d'incontro, nelle quali le persone danno vita a confronti, sui temi più diversi, a seconda dell'occasione che si presenta: da una telefonata, a un gruppo di lavoro, a un incontro d'affari, fino ad occasioni più amene come gli appuntamenti conviviali, gli inviti alla *banja*, o a trascorrere il fine settimana alla *dacia*. Le interazioni che possono essere essenzialmente di natura simmetrica, in un rapporto di parità e di rispetto tra gli astanti, oppure preponderante da un lato e passivo dall'altro, con conseguente nascita di incomprensioni, disappunto, fino alle offese (i russi tendono ad offendersi con più facilità degli italiani) e al fallimento della comunicazione, soprattutto nell'ambito degli affari.

1.2 Le abilità relazionali e un nuovo modello teorico di competenza comunicativa interculturale

Il modello di competenza comunicativa interculturale descritto in queste pagine intende configurarsi come un paradigma che accompagna il fruitore nell'osservazione, nell'individuazione e nell'analisi delle problematiche che inevitabilmente sorgono nell'acquisizione della competenza comunicativa tra culture diverse a confronto, attraverso il riconoscimento di alcune voci e al loro approfondimento, poiché si è detto che un modello deve partire da categorie generali, che non lo appesantiscano e lo rendano troppo articolato, risultando di difficile impiego, fino a spingersi sempre più in profondità, indagando quegli aspetti che sono indicativi e significativi delle culture oggetto d'indagine. Deve, ad un tempo, quindi, poter

essere plasmabile, tale da conservare le sue fondamenta, ma in grado di sostenere elementi accessori e complementari, di 'vedere' le evoluzioni, dovute a molteplici fattori, primo fra tutti l'emulazione dei modelli occidentali, da parte dei russi, considerati più moderni e di stile.

Le considerazioni e le analisi affidate a queste pagine, partendo dai presupposti fin qui descritti, non hanno nessuna pretesa di universalità o di monolitica verità. La volontà è quella di incoraggiare, anche attraverso le esperienze, gli aneddoti, le 'dis-avventure' di chi già si è addentrato all'interno della cultura russa e viceversa, la comprensione e la corretta interpretazione di tutti quei tratti distintivi che hanno una genesi culturale e non naturale e che potrebbero palesarsi negli scambi di tipo interculturale. L'intenzione è quella di non fornire indicazioni normative, fisse e predittive, ma di orientare il fruitore verso una possibile linea di guida che lo conduca all'acquisizione della competenza necessaria per valutare le differenze (non le anomalie) delle culture altre, in base al principio del relativismo.

Il modello elaborato da Balboni (2007a) è stato arricchito e rinforzato da Caon (cf. Balboni, Caon 2015), grazie all'apporto delle abilità relazionali, ritenute fondamentali per evitare *misunderstanding* di piccola e grande portata. Non si dovrebbe mai dimenticare l'assunto che negli scambi comunicativi, cioè nello svolgimento di eventi comunicativi, ci sono singole persone e non blocchi culturali che si incontrano o si scontrano, per cui è la relazione tra persone che alla fine può superare i problemi di comunicazione. Tanto più sarà consona e conveniente la capacità degli interlocutori di interagire fra loro, tanto più risulterà adeguata e disciplinata la competenza comunicativa che pervade le interazioni.

Prima di addentrarci nella specificità delle abilità relazionali nella comunicazione interculturale bisogna soffermarsi su alcune premesse che il nuovo modello dei due autori ha fatto proprie:

- a. la soggettività del nostro sguardo sulla realtà.
Comportamenti e modi di fare e di parlare da parte di russi rischiano di ingabbiarci in schemi relazionali stantii e stereotipati sui 'Russi'. La consapevolezza che il nostro sguardo può cambiare ed indirizzarsi alla diversità culturale in prospettiva arricchente è fondamentale per instaurare una comunicazione efficace;
- b. evitare l'etnocentrismo.
La tendenza a giudicare le altre culture e a 'leggerle' in base ai criteri della propria proiettando su di esse i nostri concetti valoriali, basandoci su una visione critica unilaterale, è quanto di più distante vi sia da un continuo mettersi in discussione e in una posizione di relativismo nell'eventualità che possano esserci altre richieste possibili alle questioni socio-culturali e che, magari, possano anche essere migliori delle 'nostre';

- c. il pericolo di incorrere in stereotipi e pregiudizi.
I due termini applicati a contesti interculturali possono dare adito ad un'eccessiva semplificazione della dignità della persona, mimando irrimediabilmente anche solo la possibilità di comunicazione interculturale. Pensare che tutti i russi bevano o che tutti gli italiani siano mafiosi significa ritenere che tutto il gruppo sociale abbia le stesse caratteristiche negative e generalizzanti. Prese di posizione di questo tipo determinano una situazione che si configura come una «distorsione della realtà e come elemento che può corrompere irrimediabilmente la comunicazione» (Balboni, Caon 2015, 143).

Una piena, critica e matura presa di coscienza dei concetti a cui abbiamo appena fatto riferimento si configura come base per un ulteriore passo, all'interno del variegato panorama della comunicazione interculturale: l'acquisizione delle abilità relazionali.

In questa sede, poiché è stata già esposta nella prefazione di Caon al presente volume, si procederà ad una breve elencazione e illustrazione delle abilità reazionali, senza per questo nulla voler togliere al quadro teorico di riferimento.

- a. saper osservare.
La capacità di non frapporre 'filtri', ostacoli interpersonali tra noi e i nostri interlocutori, in un'attività di osservazione che prevede un atteggiamento 'altro' rispetto alle nostre abitudini e modi di fare e un distacco emotivo di fronte alla situazione in atto;
- b. saper relativizzare.
Ciascuno di noi ha una visione del mondo parziale e unica, che corrisponde ad un unico punto di osservazione. La consapevolezza che è necessario non solo relativizzare il proprio sistema di valori, ma che occorre anche trasformare tale percezione in un percorso continuo di dialogo e di confronto con il sistema valoriale dell'altro, del diverso da noi a livello culturale, linguistico, di appartenenza sociale;
- c. saper sospendere il giudizio.
Cercare, cioè, di evitare le classificazioni rigide rispetto a valori, esperienze, opinioni e comportamenti, soprattutto se difforni dai nostri. Considerare le differenze culturali, senza attribuirvi giudizi di valore, perché questi risulterebbero inevitabilmente sbagliati;
- d. saper ascoltare attivamente.
Imparare a mettere in atto strategie e processi comunicativi, con lo scopo di rendere espliciti i messaggi di un interlocutore, rispetto ad un altro, senza vergognarsi di richiedere chiarimenti su quelli pervenuti, nel momento in cui si dovessero riscontrare incomprensioni o dubbi sul loro significato;

- e. saper comunicare emotivamente.
Per poter sviluppare la competenza comunicativa interculturale non è sufficiente mettere in campo solo la nostra capacità cognitiva razionale, ma è altrettanto utile lasciare spazio alle nostre emozioni, partendo da noi, dal nostro vissuto per dirigerci verso l'universo emozionale ed emotivo del nostro interlocutore. L'empatia e l'exotopia giocano un ruolo decisivo nell'acquisire l'abilità di saper comunicare emotivamente. L'empatia può definirsi come: «la capacità di partecipare attivamente allo stato emozionale dell'interlocutore riconoscendo la «qualità» del suo vissuto emotivo» (154-5). L'exotopia: «ovvero la capacità di riconoscersi diversi dagli altri e di riconoscere la loro diversità» (154-5);
- f. saper negoziare i significati
Partire dall'assunto che per riuscire a dare la corretta attribuzione di senso a comportamenti o atteggiamenti diversi dai nostri: «sia da ricercare nella co-costruzione di un discorso comune orientata all'esplicitazione di quegli impliciti culturali che spesso creano problemi comunicativi in ambito interculturale» (156).

L'importanza assegnata al ruolo delle abilità relazionali nello sviluppo della competenza comunicativa interculturale ha decretato la necessità di rivedere e ampliare un nuovo modello (cf. fig. 1), la cui fruizione possa concorrere ad una sempre più profonda, convinta e concreta consapevolezza che l'interazione con culture diverse dalla nostra sia un'occasione arricchente e non depauperante, positiva e non negativa, nonostante i malintesi, le incomprensioni, le perplessità che inevitabilmente possono esistere nello scambio interculturale.

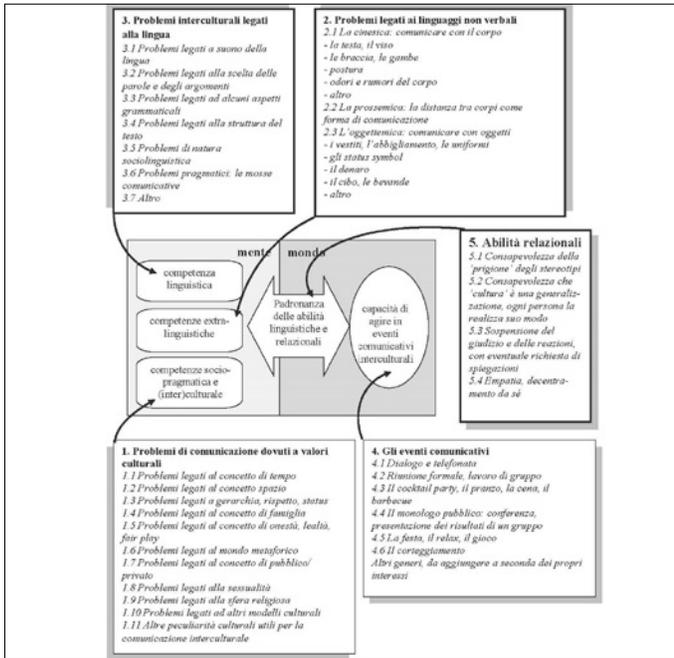


Figura 1. Modello di competenza comunicativa interculturale (Balboni, Caon 2015)

1.3 La ricerca sul campo

Gli aspetti linguistici, i valori culturali di fondo, i codici non verbali e l'esemplificazione di alcuni eventi comunicativi nella comunicazione interculturale e nelle interazioni tra italiani e russi costituiranno il contenuto dei prossimi capitoli di questo volume. La trattazione sarà arricchita da aneddoti, esperienze, episodi di vita vissuta raccontati da *informant* di tutte e due le nazionalità e con una solida conoscenza di entrambe le culture.

I dati sono stati registrati e conservati; la ricerca si è svolta a partire dalla fine del 2013.

1.3.1 Lo strumento di ricerca

I dati sono stati raccolti attraverso l'elaborazione di un questionario (cf. Appendice), creato per raccogliere informazioni relative a tutti i fattori ritenuti significativi nell'individuare problemi comunicativi interculturali tra italiani e russi.

Questo strumento di indagine consta di una serie di risposte aperte, in modo che l'informant possa rispondere esaustivamente, con l'obiettivo di ricavarne quante più informazioni possibili e rilevanti ai fini della conoscenza e della comprensione delle dinamiche interculturali tra italiani e russi.

Gli item proposti sono in conformità con le sezioni del modello di riferimento, ma in un ordine leggermente diverso, in virtù della flessibilità dello stesso: gli strumenti della comunicazione non verbale, i valori culturali e le loro potenziali problematicità nei confronti di quelli italiani, problemi culturali legati alla lingua e gli eventi comunicativi. Anche questi ultimi scelti in base al contesto russo, nell'interazione con gli italiani.

Ciascun informant ha accettato di essere intervistato e tutti i colloqui sono stati registrati. Sono sempre stati introdotti e spiegati gli obiettivi prefissati dall'indagine in una conversazione, anche telefonica e di tipo preliminare, ma è stato necessario un solo incontro dalla durata variabile (di minimo due ore), a seconda della velocità di risposta dell'intervistato, per poter fattivamente collezionare i dati forniti.

Gli informatori, avendo un'ottima conoscenza delle due culture (lo si può evincere anche dai dati riportati dalla tabella 2), non hanno manifestato particolari titubanze o dubbi nel fornire risposte. Alcune informazioni rese 'spontaneamente', perché non richieste dal quesito, da informant russi hanno offerto lo spunto per ulteriori approfondimenti, sia attraverso il confronto con altri informant o con la ricerca attraverso documentazione e riferimenti bibliografici del settore, oppure grazie ad Internet. La ragione di un simile accadimento è da ricercarsi nel fatto che tutti gli intervistati abitano stabilmente e da tempo a Mosca, ma non tutti hanno origine moscovita.

Quasi mai c'è stato bisogno di riformulazioni delle domande. Tuttavia, per alcuni particolari aspetti, come ad esempio le mosse comunicative, è stato necessario fornire un esempio o contestualizzare una situazione.

Qui di seguito viene presentata la tabella che riporta alcuni dati del gruppo degli informant, che hanno preso parte alla ricerca. Nelle prima colonna a sinistra abbiamo il numero progressivo, il genere, la nazionalità, il titolo di studio; le colonne che portano informazioni specifiche sono AGFC, cioè 'alto gradi di familiarità con la cultura', Rapp. Lav., cioè 'Rapporti di lavoro precedenti o in corso con russi o italiani', e RAT, cioè 'Rapporti di altro tipo con russi o italiani'.

Tabella 2. Dati del campione d'indagine

					AGFC italiana	AGFC russa	Rapp. Lav.	RAT
1	U	ita.	1966	Laurea in Disc. Econ.				
2	U	ita.	1970	Diploma di Laurea				
3	U	ita.	1958	Laurea in Lingue				

4	U	ita.	1972	Dip. Scuola Secondaria				
5	U	ita.	1961	Laurea in Lettere				
6	U	ita.	1960	Laurea in Filosofia				
7	U	rusa	1975	Diploma di Laurea				
8	U	rusa	1965	Laurea in Biologia				
9	U	ucr.	1976	Laurea in Psicologia				
10	D	Ital.	1970	Laurea in Lingue				
11	D	Ital.	1965	Laurea in Filosofia				
12	D	rusa	1980	Laurea in Direz. Az.				
13	D	rusa	1982	Laurea in Economia				
14	D	rusa	1978	Laurea in Filologia				
15	D	rusa	1970	Laurea in Ingegneria				
16	D	rusa	1957	Laurea in Medicina				
17	D	rusa	1978	Laurea in Biochimica				

1.3.2 Il campione di indagine

Il campione oggetto d'indagine è stato costituito da diciassette intervistati, tra uomini e donne, di nazionalità italiana, russa e in un caso ucraina. Volutamente è stato scelto un gruppo di persone che svolgesse attività e professioni diverse fra loro, in modo da avere una panoramica quanto più ampia possibile, sia delle esperienze personali che professionali, eterogeneità di ambienti frequentati e diverso status sociale.

Tutti gli informant sono contraddistinti da un alto livello di istruzione (Diploma di Laurea). Solo in un caso si ha un informatore in possesso di Diploma di scuola secondaria superiore. La loro età è compresa tra i trenta e i cinquantacinque anni.

La reperibilità e la ricerca degli informatori non si è rivelata particolarmente difficoltosa. L'unico fattore contrario è stato quello del tempo. Come si nota dalla tabella 2, infatti, la disponibilità degli informant russi di sesso maschile è stata poco elevata, per ragioni di tempistiche legate al lavoro, mentre quella della controparte italiana è stata più partecipata.

Stessa cosa per le donne italiane, tutte lavoratrici. Ciò è dipeso dal fatto che, mentre gli informant russi svolgono lavoro subordinato e devono sottostare a orari precisi (pur proponendo loro interviste nel weekend), gli italiani hanno attività in proprio o di tipo manageriale che gli consentono una diversa suddivisione del tempo a disposizione. Stessa cosa per le informant italiane, che solitamente non rivestono ruoli di comando o di direzione, se non in casi rarissimi e isolati. Tanto è vero che non c'è stata la possibilità di inserirle nel campione.

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

2 Gli strumenti della comunicazione non verbale

Abstract The second chapter focuses on non-verbal aspects of communication and their relevance in intercultural communication interactions. They may represent misleading factors, because each culture is characterized by its own non-verbal communication. In fact, they exist within each social group and are fully meaningful only in their original context. For people from different cultures they do not make any sense and are mostly impossible to decipher. They are deeply rooted inside the individual, even before he joins his social group. In fact, people who move and travel have interactions with other individuals, whether positive or negative, rather than with cultures themselves. Gestures, interpersonal distances, facial expressions, movements, postures and odors are able to speak a multi-modal language that allows our perceptual abilities to grasp details otherwise unperceptible by linguistic skills alone. Russians have behaviors, attitudes and interactions quite different from those of non-Russians, since they come from a different and diverse cultural heritage. Being conscious of these features lowers the risk of misunderstandings which may offend one's interlocutors. The most insidious danger is linked to stereotypes and prejudices which are very difficult to ignore. They lead in the opposite direction from respectful and efficient communication.

Sommario 2.1 La 'prossemica': la distanza tra i corpi come forma di comunicazione. – 2.1.1 La distanza frontale. – 2.1.2 Il contatto laterale. – 2.1.3 Il luogo di lavoro. – 2.1.4 Il valore del bacio. – 2.1.5 'Accorciare le distanze'. – 2.2 La 'cinesica': comunicare con il corpo. – 2.2.1 La postura. – 2.2.2 Le braccia, le mani, le gambe e i piedi. – 2.2.3 Le espressioni del viso. – 2.2.4 Lo sguardo e il sorriso. – 2.2.5 Gli odori e i rumori del corpo. – 2.3 L'oggettemica: comunicare con gli oggetti. – 2.3.1 L'abbigliamento. – 2.3.2 Gli accessori, gli status symbol, il denaro. – 2.3.3 Il cibo e le bevande. – 2.3.7 I regali.

Il ruolo che rivestono i codici non verbali legati al linguaggio del corpo, alla distanza interpersonale, alla scelta dell'abbigliamento e degli accessori e della loro ostentazione, a seconda dei registri formale o informale, è un aspetto di fondamentale importanza della competenza comunicativa interculturale. Tuttavia, spesso, per coloro che per la prima volta si accostano ad una cultura 'altra' l'importanza dei 'segnali' forniti dalla comunicazione non verbale può rivelarsi sottovalutata, non compresa appieno, oppure giudicata un po' troppo frettolosamente. Negli studi di settore, la maggioranza dei ricercatori concorda sul fatto che la lingua viene impiegata per trasmettere informazioni, mentre il linguaggio corporeo è utilizzato per negoziare i rapporti interpersonali, talora in sostituzione proprio della comunicazione verbale, indipendentemente dalla cultura di provenienza (Pease, Pease 2004).

2.1 La 'prossemica': la distanza tra i corpi come forma di comunicazione

Le impressioni riportate dagli italiani ai quali è stato chiesto di descrivere come sono e come si comportano i russi nel momento del primo contatto sono state pressoché concordi nell'affermare che si tratta di persone formali, serie, distaccate, contenute, poco sorridenti e che tendono a mantenere distanze interpersonali maggiori di quanto non facciamo noi italiani: «Per gli italiani peninsulari la distanza minima di cortesia, sotto la quale si entra nella sfera dell'intimità, è quella di una bolla, un braccio teso, una cinquantina di centimetri almeno: per gli italiani del nord [...] la distanza di cortesia è di due bolle, almeno un metro» (Lobasso, Pavan, Caon 2007, 65-6).

Nel caso dei russi, la distanza interpersonale, soprattutto all'inizio e in posizione frontale, è di poco superiore a un metro, tanto che per stringersi la mano, a volte, occorre sporgersi lievemente in avanti per poi tornare in posizione normale. Una misura minore andrebbe ad invadere la 'bolla' personale e a creare fastidio. Più volte, questa considerazione è stata menzionata dagli informant.

Le distanze permangono non solo dal punto di vista fisico, ma anche emotivo.

Un dato significativo da parte italiana può aprire la trattazione degli aspetti prossemici, vista la ripetitività con cui è stato segnalato. Entrando in un piccolo negozio, una biblioteca o in un ufficio pubblico non si viene mai, o quasi, accolti da un sorriso, un saluto, un atteggiamento che ben predispone, da parte degli addetti. Pur comprendendo, a livello razionale, che si tratta di abitudini con significati valoriali diversi, anche dopo anni di permanenza in Russia gli italiani dichiarano di sentirsi a disagio. Non importa quanto a fondo si conosca la Russia o da quanto tempo ci si viva. Non si è capaci di scrollarsi di dosso la sensazione di essere considerati clienti poco graditi. Al contrario, è altrettanto difficile per noi entrare in un locale senza almeno salutare e accomiarsi. Qualcuno ha confessato di averlo fatto qualche volta, ma di essersi sentito maleducato. La sensazione di non aver adempiuto a qualcosa che fin da piccoli ci hanno sempre insegnato essere un atto dovuto, ben illustra la natura culturale di ciò che invece la maggior parte di noi ritiene universalmente riconosciuto e messo in pratica negli scambi comunicativi con il prossimo.

Eventi e gesti come questi appena descritti tendiamo a viverli come «significati di cui non siamo consapevoli, molto spesso, perché li abbiamo assorbiti fin dalla nascita nel nostro ambiente e abbiamo finito per considerarli *naturali* mentre sono *culturali*» (Balboni 2007a, 9-10; corsivi nell'originale).

Il punto di vista russo, al contrario, sembra essere 'rovesciato'. L'accoglienza e la comunicazione con altre persone, anche straniere, è vissuta

come uno dei principali valori culturali e fondanti, dal punto di vista sociale e per un russo non è inusuale cominciare una conversazione con un perfetto sconosciuto (Sternin, Sternina 2005). Apparentemente i due assunti sembrano in totale contraddizione. In realtà, ci riportano a quel principio di 'relativismo' che la competenza comunicativa interculturale ci insegna. Le abilità relazionali, dal canto loro, ci ricordano che, ponendoci in una condizione di 'decentramento' rispetto ai propri ruoli o comportamenti usuali e di 'straniamento' (distacco emotivo) nel confronto con culture diverse dalla nostra, siamo capaci di 'allenare' una costante, matura e consapevole 'decostruzione' della nostra verità, sempre parziale e mai immutabile (Nanni, Curci 2005), verso l'avvicinamento ad altre culture che non conosciamo.

In ambiente lavorativo russo, la prossemica conserva ancor di più tutti i suoi tratti distintivi. Il grado di formalità aumenta. Entrano in gioco anche aspetti valoriali, come il rispetto della gerarchia, la *policy* aziendale, il tipo di mansione che si svolge, la deferenza dovuta a coloro che occupano un ruolo più importante o prestigioso, l'età degli interlocutori.

Non di rado, le maggiori relazioni tra i due paesi sono ascrivibili al mondo degli affari e degli scambi commerciali e il senso di distacco che viene percepito dagli italiani è tangibile. Non bisogna, tuttavia, commettere l'errore di scambiarlo per disinteresse. Si tratta di un modello comportamentale basato su un alto senso di rispetto verso coloro che non si conoscono o con i quali non si ha ancora instaurato un rapporto. Nelle generazioni più adulte, cresciute in Unione Sovietica e magari poco o per niente avvezze a viaggiare all'estero, c'è anche un'oggettiva difficoltà di confronto con modalità di comunicazione differenti, a qualsiasi livello. In Unione Sovietica a nessun cittadino era permesso recarsi all'estero, se non con un visto emesso *ad personam* e per motivi di carattere d'eccezionalità. Solo dopo la caduta dell'URSS e con una legge del 20 maggio 1991, per i russi è stato possibile richiedere il *Zagraničnyj Pasport* (abbreviato: *zagranpasport*) e cominciare a viaggiare fuori dai confini del proprio paese, anche se con delle limitazioni.

Uno dei fattori determinanti, che fa sì che le persone abbandonino il loro contegno, è dato dal grado di confidenza. Dopo aver 'rotto il ghiaccio', i russi perdono molta della loro consueta riservatezza. In fondo, è una forma di difesa, in cui tende a prevalere la volontà di passare da un piano strettamente formale della conversazione ad uno più intimo e sincero, anche con domande dirette su argomenti privati (Sternin, Sternina 2005). Una caratteristica che si nota anche dopo pochi incontri è la curiosità *strictu sensu*, dimostrata per la persona, il paese di provenienza (l'Italia occupa un posto speciale tra le mete dei desideri dei russi), o per la lingua straniera.

Una peculiarità che merita di essere messa in luce è la capacità che hanno indistintamente uomini e donne di arrivare a stringere legami per loro significativi in un tempo che per noi italiani è percepito come breve. Un informant, descrivendo le proprie esperienze nei tanti anni trascorsi in

Russia (soggiornando sia nelle grandi città che in centri minori), è ricorso al termine di 'accelerazione', per descrivere appunto il periodo che intercorre tra la semplice conoscenza e l'essere considerati parte integrante della cerchia di frequentazioni a cui la persona tiene.

Le opinioni espresse dagli informant russi affermano che gli italiani sono gente cordiale, istintiva, aperta e passionale, ma che hanno la tendenza ad avvicinarsi troppo all'interlocutore con il corpo e in particolar modo con il viso, pur non avendo confidenza. Quella che potremo definire l'invasione della 'bolla' crea sempre un senso di disagio, che in alcuni casi può essere interpretato come sintomo di aggressività, se vi si aggiunge il tono della voce, percepito come alto, e la spiccata gestualità. In ogni caso, l'espansività italiana è ben nota e allo stesso tempo ben accetta. C'è un sentimento diffuso di simpatia nei nostri confronti, rispetto ad altre nazionalità. Un dato degno di nota è stato il fatto di ribadire spesso, durante le interviste, che pur non avendo facilità nell'accettare un contatto fisico e tattile con persone appena conosciute, con gli italiani c'è disponibilità verso un accostamento più ravvicinato. I russi semplicemente se lo aspettano e, in genere, non lo rifiutano a meno che ciò non vada contro principi etici e religiosi, o sia eccessivo. Con le donne, tuttavia, è bene usare una certa cautela perché si potrebbe correre il rischio di essere fraintesi. Un lieve tocco, una stretta di mano, un sorriso troppo aperto, un complimento possono essere considerati tentativi di *avances*, mentre per noi sono ascrivibili al senso di cortesia e all'instaurare una relazione cordiale, ma del tutto innocua sotto il profilo sentimentale.

In città come Mosca o San Pietroburgo l'accoglienza conserva tratti di formalità, ma al contempo è aperta e in molti ambienti è tangibile lo spirito di emulazione nei confronti dei modelli occidentali, che esercitano un'influenza forte su schemi comportamentali, sul modo di vestire, sugli status symbol e sulla volontà di apparire all'ultima moda. In città più piccole, decentrate, al limitare di zone rurali o a bassa densità demografica sussistono ancora modelli legati al passato e permangono forti distinzioni tra i sessi.

Rispetto alle testimonianze degli italiani che risiedono in Russia da più di vent'anni, l'accento è stato puntato molto sulla diversità che da sempre caratterizza Mosca come realtà più aperta, più dinamica e più ricca, rispetto al resto del paese. Anche a quei tempi le donne moscovite erano più emancipate, pur conservando sempre un cortese ma distaccato garbo. Quando rivestivano ruoli di direzione erano di gran lunga più preparate e affidabili dei loro colleghi uomini. Nei primi anni Novanta è stata introdotta la telefonia mobile, che in pochi anni ha avuto una diffusione capillare, così come la tecnologia Wi-Fi gratuita che oggi permette di collegarsi ovunque.

Altra osservazione: quando esistevano ancora le Repubbliche sovietiche le modalità di approccio conservavano di più i tratti tipici delle singole usanze. Con armeni e georgiani le presentazioni erano caratterizzate da maggior calorosità e meno diffidenza nei confronti degli stranieri, na-

turalmente uomini. Altra osservazione: quando esistevano ancora le Repubbliche sovietiche le modalità di approccio conservavano di più i tratti tipici delle singole usanze. Con armeni e georgiani le presentazioni erano caratterizzate da maggior calorosità e meno diffidenza nei confronti degli stranieri, naturalmente uomini. Infine, ricordiamo che dire 'Russia' spesso è troppo vago: nella Federazione Russa sono presenti circa centoquarantacinque nazionalità e quarantotto gruppi etnici,⁷ tutti con tradizioni fortemente identitarie, e va anche ricordato che l'Islam è per diffusione la seconda religione dopo il cristianesimo ortodosso.

2.1.1 La distanza frontale

Nel contatto frontale, abbiamo detto, i russi mantengono una distanza fisica maggiore rispetto a quanto non facciano gli italiani. Lo spazio interpersonale tra due persone impegnate nelle presentazioni o in una conversazione è di poco superiore al metro. Soprattutto all'inizio è bene che questa distanza venga conservata, in modo da non suscitare imbarazzo nei nostri interlocutori. Importante è anche non avvicinare troppo il viso. Qualora non si fosse compreso quanto detto da chi ci sta parlando si può chiedere di ripetere, ma senza sporgersi in avanti, soffermandosi con lo sguardo sui movimenti della bocca e delle labbra. Questa tendenza, che crea tanto disagio, è stata più volte attribuita agli italiani e viene recepita dai russi non solo come invasione del proprio spazio personale, ma anche interpretata come una loro cattiva performance linguistica, nel caso in cui la lingua della comunicazione accomuni tutti i presenti. Per i russi, parlarsi nella loro lingua di fronte a stranieri, quando appunto vi è una lingua veicolare comune è considerato scorretto. Altrettanto, se fatto nei loro confronti. Gli italiani, invece, hanno la propensione a utilizzare l'italiano il più possibile.

In situazioni informali o dopo aver instaurato un certo grado di confidenza, naturalmente, le distanze diminuiscono e viene accettato un contatto anche fisico, che tiene però sempre presente la differenza tra i sessi. La 'pacca sulla spalla' è ammessa solo tra uomini, mentre appoggiare una mano sull'avambraccio o sul braccio mentre si parla sommessamente è un gesto confidenziale al femminile.

Accostarsi e parlare all'orecchio del proprio interlocutore in pubblico, in entrambe le culture, è considerato segno di cattiva educazione in qualsiasi circostanza, a meno che i rumori di fondo o, al contrario, il dover osservare il silenzio non impediscano il passaggio di una breve e importante informazione.

⁷ Dati riferibili all'anno 2010, tratti dal sito della *Federal'naja služba gosudarstvennoi statistiki* (<http://www.gks.ru>, 2016-02-16).

2.1.2 Il contatto laterale

Nel contatto laterale vengono pressoché seguite le modalità che riflettono la dicotomia situazionale formale/informale e da questa dipende il travalicare o meno il limite che individua la 'bolla', ossia la sfera considerata personale e intima delle persone. In un ambiente di lavoro la distanza laterale può anche essere ridotta, soprattutto in ambienti open space occupati da scrivanie o durante una riunione o una tavola rotonda. Il tutto all'insegna della compostezza: non si allungano le braccia o si appoggiano i gomiti sullo schienale della sedia altrui, così come non ci si siede sui tavoli, né propri, né degli altri, tantomeno si allungano le gambe sulla scrivania, come si fa all'americana, ad esempio.

Tra pari c'è una libertà che con i superiori non è mai consentita. Quest'ultima dipende sia dal buon tenore delle relazioni tra colleghi, che dalla dimensione dell'azienda o del dipartimento. Le grandi compagnie hanno un rigido protocollo di comportamento che tutti i dipendenti sono tenuti doverosamente a rispettare.

In spazi ristretti o molto affollati, come ad esempio la metropolitana, la distanza tra le persone è ridotta a pochi centimetri. Nelle ore di punta per riuscire a entrare nei vagoni o ad uscirne si viene letteralmente sospinti dalla folla, già a partire dagli atri che portano alle scale mobili. Chi staziona sugli scalini o cammina lungo i corridoi deve mantenere la destra, dando modo a coloro che lo vogliono di proseguire più velocemente, anche se in concomitanza con gli orari di inizio e di fine della giornata lavorativa non è possibile. In queste fasce temporali la metropolitana si trasforma in un vero e proprio carnaio, che mette a dura prova lo spirito biblico di sopportazione dei russi. Spesso, occorre aspettare l'arrivo di due o più convogli prima di poter salire. Più difficile è scendere, anche ricorrendo alla consuetudine che vuole che chi sia in prossimità delle porte scenda per lasciar passare il flusso di passeggeri per poi rientrare.

All'aperto, per le vie cittadine non è raro incontrare donne o coppie di innamorati a braccetto o mano nella mano che passeggiano. Solitamente l'uomo porta la borsetta alla donna. Accade anche che lo faccia un amico nei confronti di un'amica. È un gesto di galanteria che viene accordato alla donna in quanto tale ed è diffuso anche tra i giovanissimi. Tra uomini il contatto laterale non c'è, perché viene associato a comportamenti omosessuali, che in Russia non sono tollerati. A livello normativo è stata promulgata una legge nel 2013, che vieta la propaganda tramite la diffusione di materiale che mostra o fa riferimento a relazioni sessuali non 'tradizionali' rivolta a minori, il parlare in difesa dei diritti degli omosessuali, la distribuzione di materiale di qualsiasi tipo che promuova le richieste della comunità LGBT (purtroppo anche quello che ha carattere di prevenzione), sostenere l'idea che le relazioni omosessuali siano uguali a quelle eterosessuali.

2.1.3 Il luogo di lavoro

La situazione relativa allo spazio di lavoro chiuso o aperto ha subito, soprattutto negli ultimi anni, numerosi e considerevoli cambiamenti. Da diversi anni si è diffusa la tendenza del cosiddetto *evroremont*, ossia l'emulazione (purtroppo non sempre fedele, anche se nelle intenzioni lo vorrebbe essere) dello stile d'interni occidentale, con un'indubbia preferenza per quello italiano, da sempre considerato una scelta di stile, qualità e raffinatezza. L'argomento verrà ripreso e approfondito.

Ad oggi, lo spazio, la comodità e la funzionalità del luogo di lavoro dipendono dalla rilevanza, dalle dimensioni e dalla tipologia dell'organizzazione e, naturalmente, dalla disponibilità di capitali che fanno sì che una compagnia possieda interi piani di edifici, o addirittura uno o più stabili.

Un esempio concreto sono i grandi colossi di estrazione delle materie prime, le industrie, le compagnie assicurative o le agenzie finanziarie. In questi ambienti si coniugano ormai sia i grandi open space nei quali operano decine di persone, che i più tradizionali uffici. Dipende dalla posizione occupata. Più si sale nella piramide direttiva dell'azienda, più si vanno ad occupare ambienti personali e personalizzati. Diversi anni abbiamo conosciuto una donna, membro del Consiglio di Amministrazione di una delle più importanti aziende russe nel campo alimentare, che aveva avuto la facoltà di scegliersi gli arredi del proprio ufficio, dai mobili, ai colori delle pareti, ai tendaggi e alle suppellettili: è riuscita a guadagnarsi un ruolo a cui ancora difficilmente una donna può aspirare in Russia.

In contesti meno prestigiosi il luogo di lavoro tende ad essere più chiuso, delimitato. Ci si può trovare in presenza di locali che ospitano poche postazioni o di uffici singoli, di proporzioni variabili, per coloro che rivestono un ruolo di responsabilità. La persona più alta in carica ha sempre, in qualsiasi situazione, un luogo dedicato e personale. È una questione di gerarchia e di riconoscimento. Si lavora con la porta chiusa. Si bussa per entrare, anche se non sempre si aspetta la risposta. Per chi condivide un ambiente di lavoro, la propria scrivania o il poco spazio circostante diventa un posto al quale dare un tocco di personalismo. Non esistono uffici, banche, biglietterie della metropolitana, segreterie scolastiche in cui non siano presenti delle piantine, qualche quadro, piccole suppellettili. Immancabile un sottofondo musicale. Questa dimensione più intima, in cui le voci non creano brusio, sicuramente più a misura d'uomo rispetto alla spersonalizzazione chic dei grandi edifici di vetro e marmi pregiati, è quella che la maggior parte dei russi preferisce, ad eccezione delle giovani generazioni contraddistinte da una forte voglia di occidentalizzazione e dai manager e uomini d'affari che anche attraverso il luogo di lavoro possono fare sfoggio del potere e della ricchezza conquistate.

Rispetto alle modalità del contatto fisico sul posto di lavoro, queste sono regolate perlopiù dal grado di confidenza. Anche la presenza di personale

straniero ha il suo peso. Un informant italiano che da molti anni lavora in una grande multinazionale ha raccontato che i colleghi che arrivano dall'Italia baciano e abbracciano le sue colleghe, così come avviene da noi. A lui, che ha interiorizzato il modello russo, per il quale alle donne non si dà la mano (anche se ormai è un gesto accettato da donne che ricoprono posizioni importanti), non le si tocca, non si danno buffetti sulle guance, atteggiamenti del genere, tipici della sua cultura di provenienza, appaiono fuori luogo. Perché è proprio questo che succede: in ambienti lavorativi misti le differenti culture presenti mutuano comportamenti e modi di fare che a loro volta diventano una sintesi di relazione condivisa, alla quale i russi, nella loro millantata rigidità, solitamente non si sottraggono. Dall'esperienza di una persona italiana che vive e lavora a Mosca da un decennio, a proposito di conoscenza e di contatto si è sentita di dire che anche i russi, al di là di modelli educativi e culturali, hanno bisogno di essere abbracciati e di ricevere un sorriso. Forse, le nostre distanze più 'corte' rispetto alle loro possono dare fastidio in qualche caso, ma più che altro sanno stupire. O lasciare positivamente sorpresi.

Nelle realtà professionali completamente russe i rapporti si sviluppano sempre orizzontalmente, cioè tra persone di pari grado. Anche durante le pause (caffè, sigaretta, pranzo), quindi in situazioni nelle quali potrebbero allentarsi i formalismi, si rimane vincolati a questo schema. La stretta di mano tra colleghi uomini è una forma di contatto formale, mentre al collega con cui si è in contatto gli italiani non danno la mano. Lo stesso discorso vale quando ci si chiama per cognome, anziché utilizzare il nome e il patronimico (nome del padre).

Il passaggio dal 'voi' al 'tu' non è mai automatico. Esistono rapporti lavorativi che durano per decenni basati sul 'voi', anche tra pari. Molti russi affermano di essere talmente abituati ad usare la seconda persona plurale da non essere capaci di passare a quella singolare. Ad un superiore ci si rivolge sempre in modo formale. Anche nel momento in cui si dovesse instaurare un rapporto più diretto, un subordinato non può in nessun caso proporre di passare al 'tu'. Spetta sempre al superiore la scelta, ad esempio, di chiamare per nome (o senza patronimico o con un diminutivo) il suo sottoposto. L'imbarazzo sorge quando quest'ultimo si sente dare del 'tu', senza che vi sia stata una proposta esplicita nel fare altrettanto. A questo punto, il passaggio in senso contrario nei confronti del capo rimane esclusivo arbitrio della persona che, nella maggior parte dei casi, per non commettere gaffe continua a dare del 'voi'. L'utilizzo della forma formale rispecchia non solo il rispetto per la scala gerarchica, ma anche la deferenza dovuta ad una persona più grande d'età o per la quale si nutre particolare stima.

2.1.4 Il valore del bacio

Il bacio è una forma di contatto molto particolare in tutte le culture e va assumendo caratteristiche e significati diversi, a seconda del contesto. Nell'immaginario collettivo la Russia è il paese nel quale ci si saluta sempre con tre baci sulle guance. L'usanza ha origini ataviche, che affondano nella religione ortodossa. Anche in altri paesi slavi, come l'Ucraina o la Serbia, si fa lo stesso.

In situazioni formali o tra persone che si sono appena conosciute non c'è mai lo scambio di questo tipo di contatto fisico. Il bacio non ha solo una valenza di saluto, è soprattutto una dimostrazione d'affetto, che viene naturalmente riservata alle persone per le quali si nutre un sentimento, un'amicizia. Tra le nuove generazioni i tre baci sono stati sostituiti da uno soltanto. Nella società russa non c'è imbarazzo nel baciarsi in pubblico. Non è raro assistere a baci appassionati tra coppie in metropolitana, al parco, al ristorante anche se «i baci stanno scomparendo rapidissimamente dalla prossemica internazionale (anche ad effetto dei mass media americani) e rimangono solo in quella dell'amicizia e dell'affetto» (Balboni 2007a, 71).

Tra uomini ci si bacia con molta parsimonia, onde evitare *misunderstanding* o pettegolezzi sugli orientamenti sessuali. Ci si bacia in occasioni importanti, per gli auguri, per congratularsi, dopo un lungo periodo di lontananza, durante le festività o dopo che si è alzato un po' il gomito. Altrimenti, il gesto più diffuso è una bella stretta di mano decisa o una sorta di incrocio di una mano ciascuno, con i gomiti che protendono verso l'alto, mentre l'altra dà una vigorosa pacca sulla spalla o sulla parte alta della schiena. Le donne, al contrario, che non scambiano strette di mano si baciano più frequentemente. Dipende, come sempre dalla profondità del rapporto. I bambini, invece, non vengono mai baciati e nemmeno toccati da persone estranee. Tra le intervistate, una signora russa sposata con un italiano ha ribadito come questa abitudine che abbiamo noi di baciare i bambini sia per lei che per i suoi figli risulti fastidiosa, anche solo a livello di ambito familiare allargato. Nonni, zii, zie, cugini, parenti fino a chissà quale grado, che quando si viene in Italia bisogna baciare tutte le volte che ci si incontra e che si approfondono magari in buffetti sulle gote e carezze sul viso o sul capo, sono alquanto intollerabili per la cultura russa. Fin da piccoli.

Una delle prime caratteristiche che notano i russi degli italiani, soprattutto quelli del Meridione, è proprio l'inclinazione a scambiarsi due baci sulle guance, anche nel momento delle presentazioni. Il gesto suscita perplessità, perché viene visto come affrettato, di forma più che di contenuto. Come può essere sincero dal punto di vista emotivo il bacio di chi non ti conosce ancora?

In presenza di italiani tendenzialmente i russi adottano la nostra consuetudine: due baci sulle guance. Non è questo l'unico caso in cui è la parte russa a conformarsi alle regole e ai modi italiani. Lo abbiamo visto,

ad esempio con la stretta di mano in ambienti professionali da parte delle donne, o con l'accettazione di una distanza frontale leggermente ridotta, rispetto a quella consueta. Si tratta sempre di quelle, potremmo dire, piccole concessioni che i russi fanno agli italiani perché nella maggioranza dei casi ci vedono come modello da imitare. Come dicono loro: gli piace il nostro essere 'esotici', in termini di originalità e stravaganza.

Quando invece un italiano conosce a fondo la cultura russa e le sue modalità il bacio ripetuto tre volte diventa spontaneo e ben accolto, per il motivo opposto a quanto appena detto. Un russo è pronto ad adattarsi, in questo caso specifico, ad un modello culturale diverso, ma nutre profonda stima per chi accoglie e condivide il suo.

In epoca sovietica c'era l'usanza, tra uomini, di baciarsi ed abbracciarsi in modo molto caloroso, soprattutto tra popolazioni del Sud e tra i siberiani, che avevano ed hanno conservato, anche dopo la dissoluzione dell'URSS abitudini e tradizioni identitarie molto forti del territorio o del gruppo etnico di provenienza. Il bacio tra uomini veniva scambiato anche a fior di labbra. In segno di rispetto, ma soprattutto di appartenenza e fratellanza. Nei confronti delle donne sovietiche era d'uso il baciamento, senza accostare le labbra a contatto diretto con il dorso della mano destra, oggi pressoché scomparso e appannaggio di qualche *gentleman*. Tuttavia, molte signore russe ricordano l'usanza del baciare la mano con molta nostalgia e come uno degli atti che più rispettano, avvalorano e pongono l'attenzione sul riconoscimento della femminilità come valore intrinseco di ogni donna.

Tornando indietro di qualche decennio, molto scalpore ha esercitato in tutto l'Occidente il famigerato bacio 'alla sovietica' del 1979 tra Leonid Il'ič Brežnev, allora segretario del PCUS, ed Erick Honecker, Presidente del Consiglio di Stato della Repubblica Democratica Tedesca, in occasione del trentennale della sua creazione. L'immagine ha praticamente fatto il giro del mondo e, dopo tanti anni, ancora continua a suscitare sentimenti controversi: curiosità, ironia, disgusto, ma simboleggia anche libertà negate, persecuzioni, oppressioni, diventando, pur senza volerlo, un'icona della guerra fredda.

Di natura ancora diversa si profila l'atto del baciare icone, immagini sacre, statue o reliquie delle rispettive confessioni religiose. Si tratta di un tratto comune che contraddistingue il culto sia dei russi, sia degli italiani. Naturalmente, rientriamo nella sfera dell'alto valore simbolico esistente tra la divinità e l'oggetto che la riproduce, poiché chi venera l'immagine, in realtà, sta venerando chi in essa vi è rappresentato. In questo caso, il bacio assume il valore della devozione, della venerazione rispettosa, del legame spirituale profondo o il rapporto di protezione tra l'entità divina e il credente.

2.1.5 'Accorciare le distanze'

Un informant italiano, parlando di come i russi interpretino il passaggio in 'profondità' da una semplice conoscenza ad un legame più personale, amicale e inclusivo ha usato il termine di 'accelerazione' per definire quel particolare lasso di tempo, breve per i nostri criteri valoriali, nel quale passano da un rapporto di conoscenza ad uno più complesso. Lo spunto si è dimostrato interessante ed è sembrato opportuno investigarlo maggiormente, anche perché le prime impressioni fornite avevano descritto i russi come persone cortesi, ma fredde, distaccate e riservate. Le risposte sono state pressoché univoche. Pur premettendo che non si possono fare generalizzazioni, tutti hanno affermato che certamente i russi provano per primi ad 'accorciare le distanze' con gli italiani, avvicinandosi con uno spirito di cordialità e di curiosità e che la *sociability* nei confronti di colui che si conosce anche da poco tempo è davvero un fattore valoriale importante. L'accostarsi ad un'altra persona con un qualsiasi pretesto e senza tante cerimonie implica che la conversazione muova da argomenti generali verso aspetti sempre più specifici e legati alla vita, alle abitudini, alle opinioni dell'interlocutore, senza che l'atto sia caratterizzato da una qualsivoglia convenienza di tipo personale (Sternin, Sternina 2005). Non è inusuale che un russo si rivolga ad uno sconosciuto, magari mentre si fa la fila o si aspetta l'autobus, e cominci a raccontare di fatti e avvenimenti privati. Senza imbarazzo. Con la stessa facilità vengono chieste al nuovo interlocutore informazioni sulla sua vita, il suo lavoro. Nei confronti degli stranieri, quando questi ultimi comprendono e parlano sufficientemente la lingua, la curiosità nei confronti del paese di provenienza aumenta in maniera esponenziale, anche perché si cercano conferme su eventuali notizie apprese dai mezzi d'informazione (Pavlovskaja 2003).

Dalla testimonianza di una informant russa, moglie di un italiano, si può trarre una sintesi significativa: i russi, durante le prime fasi della conoscenza sono sicuramente molto guardinghi perché sono intenti a 'studiare' la persona che si trovano davanti. Gli italiani, al contrario, si presentano con un gran sorriso che colpisce subito l'interlocutore e lo invoglia ad avvicinarsi. Tuttavia, questo atteggiamento non implica per forza la volontà di instaurare relazioni significative. Per l'italiano sorridere è normale e non significa 'profondità' di rapporto. Quando un russo perde la serietà e il distacco e inizia a fidarsi, poi l'amicizia, nelle intenzioni, è duratura. La signora, ha aggiunto, inoltre, che per lei è stato difficile comprendere le modalità di questa accoglienza cordiale, garbata, ma in fondo 'tiepida', da parte dei parenti di suo marito, perché ha carattere di buona educazione, più che di affetto vero e proprio, nonostante le apparenze. Un informant italiano, sulla stessa posizione, ribadisce che noi italiani veniamo sempre associati all'apertura e all'espansività, ma che ogni tanto questi tratti possono rivelarsi superficiali. Non è detto che queste caratteristiche facilitino la costruzione di un rapporto, rispetto a persone più riservate e che usano modalità diverse dalle nostre.

In genere, i russi superano la difficoltà di non avere le stesse consuetudini. Hanno difficoltà con il contatto fisico, ma se lo aspettano. In principio, potrebbero gestirlo con difficoltà e dare l'idea di essere impacciati o di provare imbarazzo. Al contrario, se qualcuno mostra distanza, un russo aumenta la distanza. Molta rilevanza ha per i russi, naturalmente, l'aver viaggiato e l'essere entrati in contatto con altre culture. Si tratta di un fattore determinante che ha delle ricadute positive non solo sul singolo, ma su tutte le altre persone che lo circondano. In questo modo cadono molti stereotipi o luoghi comuni, grazie all'esperienza diretta. Fino ad una ventina di anni fa, molti italiani, soprattutto delle generazioni più anziane avvezzi ad ascoltare 'brutte storie' sull'Unione Sovietica, un paese praticamente avvolto nel mistero veramente, andavano dicendo che i russi erano un popolo di miscredenti comunisti che mangiavano i bambini e che avevano gli orsi che camminavano lungo le strade. Questo tipico stereotipo, che tratteremo più avanti, è stato riportato sempre dalla stessa informant russa, ricordando le parole della nonna di suo marito, che gli chiedeva anche perché avesse deciso di sposare proprio una donna sovietica.

Qualcun altro ha espresso l'idea che, in fondo, russi e italiani si somiglino per il fatto di mettere radici e che questa connotazione comune ci aiuti a entrare più facilmente in contatto, rispetto ad esempio ad altre culture più mobili, che si spostano facilmente, cambiano città, casa, lavoro.

Un ulteriore contributo viene presentato da un'altra informant russa, in una prospettiva di 'osmosi culturale'. Si tratta di un interscambio nel quale, dopo molti anni trascorsi in Russia per un italiano e in Italia per un russo, si sviluppa un'accettazione spontanea, quasi inconsapevole, di regole, codici e valori del paese ospitante. Ma per i russi è più facile 'italianizzarsi', ossia abbracciare abitudini e gusti italiani, verso i quali si guarda con ammirazione (la moda, il buon cibo, lo stile, la lingua, la cultura). Gli italiani, invece, quando arrivano in Russia, hanno le valigie piene di cibi dall'Italia, come se in Russia non ci fosse cibo, e fanno fatica a rinunciare anche a cose minime. Gli italiani vengono visti come un popolo che ha un'ottica positiva nei confronti della vita, anche se spesso ne sono inconsapevoli.

2.2 La 'cinesica': comunicare con il corpo

L'uso del corpo, della mimica e della gestualità come componenti non verbali della comunicazione rivestono un ruolo primario, anche se è un aspetto che potrebbe essere sottovalutato o non considerato adeguatamente.

A questo proposito, scrive Freddi:

L'uomo comune tende ad attribuire un carattere di 'naturalità', a fatti cinesici, il che sta alla base di diffusi stereotipi [...]. Al di là delle appa-

renze o delle impressioni di superficie, occorre prendere atto della natura sociale e pertanto della matrice culturale dei codici cinesici: i modi di gestire, di atteggiarsi e di muoversi sono retti da codici fortemente strutturati che variano da cultura a cultura. (Freddi, Farago Leonardi, Zuanelli 1979, 13)

In una situazione di scambio comunicativo, il nostro corpo emette dei 'segnali', spesso trasmette dei significati, che possono essere letti come a sé stanti, oppure che vanno a rafforzare quelli linguistici. Mentre i secondi sono calibrati e ponderati a seconda del contesto (formale/informale), delle persone con cui stiamo parlando, dell'immagine di noi che vogliamo dare, le varie parti del corpo si muovono senza una consapevole volontà comunicativa della persona. Quando si è ansiosi si suda, quando si è emozionati la voce trema.

Nei primi pionieristici studi sull'impatto che i codici non verbali hanno sulla comunicazione, effettuati dall'antropologo statunitense Birdwhistell, era risultato che la componente verbale della comunicazione tra due interlocutori è inferiore al 35% e che più del 65% è invece di natura non verbale (Birdwhistell 1970).

La comunicazione non verbale tra russi e italiani manifesta differenze evidenti. Sia in contesti formali che informali, gesti, movimenti volontari o involontari del corpo, mimica facciale e disponibilità al contatto fisico vengono espressi dai russi in modo molto più contenuto rispetto agli italiani. Anche se, come si è detto, la 'voluminosità' della cinesica che connota noi italiani è un fattore positivo di distinzione, in qualche caso può rappresentare una 'stonatura'. Così come la rigidità russa può essere interpretata come velato o volontario distacco, fino allo snobismo.

Prima di passare a una descrizione più particolareggiata di alcuni aspetti specifici propri della cinesica, del suo contesto e dei suoi significati, ci pare interessante partire da riflessioni e considerazioni espresse da informant russi che hanno affermato che quando si sa di avere a che fare con un interlocutore italiano si è subito contenti e si tende a 'mettere un po' da parte' il codice di comportamento espresso dalla propria cultura. Istantaneamente ci si apre e ci si avvicina perché la comunicazione degli italiani piace molto.

I russi sono affascinati dal nostro modo di porci, di gesticolare, dalla mimica facciale. Un informant russo ha subito sorriso alla prima domanda del questionario relativa a questo argomento, affermando che osservare gli italiani parlare tra di loro è un po' come assistere ad una commedia, o andare al circo.

Un'altra curiosa ma eloquente associazione è stata fatta con il famoso verso di Shakespeare «All the world's a stage» ('Tutto il mondo è un

palcoscenico'),⁸ con l'intenzione di paragonare la gestualità italiana alla teatralità, come tratto culturale distintivo nazionale, che coinvolge lo stile personale, l'eloquio (senza dimenticare i dialetti), l'abbigliamento e gli appellativi. In Italia, spesso, usiamo dare soprannomi o chiamare le persone non con il loro nome, ma con la denominazione del ruolo o della professione che svolgono (Pavlovskaja 2014).

Anche i russi, naturalmente, hanno il loro bagaglio di gesti, movimenti ed espressioni che usano abitualmente, ma con una valenza che non può non rispecchiare un ambiente sociale stratificato e che risente molto della variegata componente etnica che caratterizza la Federazione. Ad esempio la mimica facciale non è molto marcata. Si ha quasi l'impressione che abbiano un viso che non riesce ad esprimere emozioni. Invece, arrossiscono con molta facilità. Distolgono lo sguardo se si sentono a disagio o se qualcuno li guarda. In metropolitana, se non leggono o non usano il cellulare, tengono gli occhi chiusi.

Ci sono poi gesti 'importati', soprattutto di provenienza statunitense, emulati grazie ai film e alle pellicole cinematografiche. Alcuni vengono ormai compresi e riutilizzati, come ad esempio il pollice alzato o abbassato per dire che va tutto bene o tutto male. Altri assumono significati diversi. Il gesto delle 'corna' è usato nei concerti, dai fan di artisti di musica rock e non ha il significato che gli attribuiamo noi. L'OK americano è decisamente da evitare, perché ha una connotazione volgare che è costata, alcuni anni addietro, una pessima figura all'ex presidente Clinton. Altri sono tipicamente russi, come ad esempio chiudere a forma di zero il pollice e l'indice e far scivolare le punta del secondo sul primo, mentre contemporaneamente li si fa sbattere insieme proprio sotto la mandibola significa che si è ubriachi, o che qualcuno è in stato di ebbrezza. Questa variabilità di significati crea inevitabilmente equivoci, malintesi e fraintendimenti e può decretare il fallimento dell'efficacia comunicativa. Ecco perché, una volta di più, si insiste sull'esigenza di crearsi una specifica competenza comunicativa interculturale, con l'obiettivo di sensibilizzarci e renderci consapevoli di quali siano le criticità in questo ambito particolare (Caon 2012).

Nella sfera degli affari, di qualunque tipo, la gestualità accentuata, le espressioni che manifestano troppo apertamente le emozioni, i sorrisi aperti e frequenti assumono una valenza negativa. Si configurano come 'mosse comunicative' a livello non verbale decisamente scortesie, se non considerate addirittura offensive nei confronti degli interlocutori. I russi sanno che gli italiani sono persone piene di sentimento, emotive e che durante la discussione possono infervorarsi, alzare il tono della voce o

8 Si tratta del primo e ben noto verso (atto II, scena VII), pronunciato dal malinconico viandante Jaques, nella commedia *As You Like It* di William Shakespeare, pubblicata nel *Primo in folio*, presumibilmente nel 1623.

gesticolare con braccia e mani, ma quando si è al tavolo delle trattative le regole che contano sono: *business is business* e *time is money*.

2.2.1 La postura

La postura è la posizione che il nostro corpo assume nello spazio, quindi il concetto di spazialità è strettamente legato al modo in cui un individuo controlla o meno la staticità o la deambulazione in un ambiente.

A livello statico, la postura dei russi è rigida, i movimenti del corpo sono controllati. Alla staticità contribuisce in maniera indiretta l'espressione del viso, in genere seria. Non esprime giudizi.

A livello deambulatorio, anche il modo di camminare e di spostarsi è composto. Un'eccezione è rappresentata dalle donne che indossano calzature dai tacchi vertiginosi, per cui l'andatura è ondeggiante e potrebbe destare rumori e ticchettii fastidiosi in ambienti chiusi, nonché seri problemi legati alle patologie della colonna vertebrale e dei muscoli delle gambe e dei piedi, sottoposti ad una pressione che provoca retrazione muscolare. L'altro fattore che non rientra nella compostezza russa è la postura scomposta delle persone in stato di ebbrezza; l'alcolismo è uno dei maggiori mali sociali della Russia e sembra non avere soluzione, nonostante campagne repressive e di prevenzione (Sternin 2000).

Mantenere il giusto equilibrio significa cercare di conservare il miglior rapporto possibile tra il movimento del corpo e gli stimoli che derivano dallo spazio circostante. Naturalmente, non sempre è possibile e molto dipende dall'ampiezza degli ambienti. La postura composta e l'incedere non troppo veloce in ambienti chiusi vanno incontro a questa esigenza, in quanto molti luoghi lavorativi sono esigui. Gli italiani avrebbero seri problemi con la loro maggiore esigenza di movimento, in considerazione del fatto che molte occupazioni vengono svolte in aree perimetrali ridotte e prive di ogni comfort. Basti pensare ai chioschi mobili (camioncini dotati di vetrine o piccole costruzioni di legno), in cui si possono acquistare cibi, bevande, souvenir, fiori e articoli di vario genere; agli sgabuzzini in cui il personale addetto alle pulizie di grandi centri commerciali attende durante un turno e l'altro; ai negozi della metropolitana di Mosca, pieni zeppi di mercanzia, in cui a malapena trovano spazio una venditrice e uno sgabello.

All'aria aperta, a meno che non si pratichi dello sport, la velocità e il contegno nell'andatura, nella postura e nei movimenti rimane invariato, a parte la velocità del passo che aumenta sensibilmente.

2.2.2 Le braccia, le mani, le gambe e i piedi

Sapere che significato abbiano i movimenti degli arti è un fattore decisivo, soprattutto in ambienti, nei quali regna la formalità e un codice di comportamento molto regolamentato.

La cultura russa permette che si tengano le mani in tasca solo in occasioni informali. Per gli uomini sarebbe meglio non tenerle mai in tasca, sottraendosi in questo modo da situazioni che potrebbero dar luogo a dubbiose e scandalose interpretazioni. Toccarsi i genitali in pubblico è un tabù. Così come tabuizzata è la testa e il viso, in particolare dei bambini.

Di solito la posizione corretta è tenere le mani accanto al corpo. Da seduti, si possono tenere appoggiate sulla ventiquattr'ore o sul borsello,⁹ a loro volta sorretti dalle gambe. Le donne possono, invece, tenere le mani in grembo, oppure sui manici della borsetta.

I gesti di saluto fatti con le mani, così come facciamo noi italiani, non sono una consuetudine, nemmeno fatti da un adulto nei confronti di un bambino.

Da evitare sempre, anche in situazioni informali, il buffetto sulla guancia, che viene percepito come irriverente e fastidioso. Non ha nessuna connotazione d'affetto, come per noi. Al contrario, si tratta di travalicare la cosiddetta 'bolla', in uno dei modi che ai russi piacciono meno.

Come si è detto, le donne amano ancora il baciavano.

La stretta di mano è una prerogativa quasi del tutto maschile, anche perché dimostra virilità e carattere. Alle donne è riservato un saluto solo verbale, che può essere accompagnato da un lieve cenno del capo verso il basso, in segno di riguardo. Si tratta di un retaggio di tipo orientale, legato anche alla religione islamica, che impone che le donne non debbano essere toccate. Nell'ambiente degli affari, della finanza, nelle grandi organizzazioni ove tendono a prevalere i modelli di fair play occidentali, si può porgere la mano anche alle donne, ma senza aspettarsi che vi sia una stretta decisa. La presa della mano, infatti, risulta debole e indecisa. Tuttavia, questo tratto non va scambiato per mancanza di interesse per l'interlocutore o indecisione. Semplicemente è un gesto che non ha una valenza sedimentata nel tempo, ma è un adattamento verso un altro modello culturale, che ha pervaso il mondo del business. Come si è detto le donne amano ancora il baciavano.

I russi, quando contano usando le dita delle mani per elencare una serie di richieste, di motivazioni personali o di lamentele partono dal mignolo. Noi dal pollice.

Non vi è molto l'abitudine di accostare la mano alla bocca nell'atto di sbadigliare, anche se sta diventando d'abitudine, in qualche caso, anche per gli italiani.

9 Il borsello da uomo non è mai passato di moda in Russia. Se ne trovano di tutte le fogge e i modelli, dai più vintage, tipici dei nostri anni Settanta, ai nuovi modelli, realizzati con materiali innovativi o di marche prestigiose. Lo indossa la maggior parte degli uomini, di qualsiasi età.

La 'pacca sulla spalla' non è molto ben tollerata, ma tra colleghi maschi la si accetta, come segno di cameratismo. Da parte degli sconosciuti invece è da evitare, perché il contatto fisico con persone con cui non si ha confidenza o un rapporto personale stretto è sempre percepito e vissuto come invasivo e offensivo.

In ambienti formali, tenere le braccia incrociate è sintomo di chiusura, di difesa o di volontà di nascondere qualcosa. Soprattutto nel corso di trattative o di colloqui d'affari sarebbe meglio non dare questa impressione, rischiando che il progetto o l'affare vada a monte per aver destato sospetti di essere potenziali partner di cui non si sa bene se fidarsi o meno.

Gli abbracci in pubblico sono consueti in situazioni di informalità, quando non ci si vede da tanto tempo, quando si va a prendere un parente o un amico che arriva da lontano.¹⁰ Tra uomini, naturalmente, c'è più contegno. Abbracciarsi e baciarsi sono atti che possono essere interpretati in maniera ambivalente rispetto agli orientamenti sessuali delle persone coinvolte. Tuttavia, si tratta di iniziative che possono risentire fortemente delle peculiarità etniche delle varie minoranze che popolano i territori della Russia. Tatarstani, ciuvasci, le popolazioni di Krasnodar sono caratterizzate da approcci più aperti e da manifestazioni affettive più calorose.

Un gesto che a volte, non spesso, è possibile vedere da parte maschile è il 'soffiarsi' il naso non con un fazzoletto, ma chiudendo una narice con un dito ed emettendo un moto deciso di espirazione per far uscire dall'altra il muco, che cade per terra. Viene compiuto da persone con un livello di educazione molto basso.

I russi provano un forte senso di imbarazzo nel compiere gesti volgari o nel dire parolacce, a meno che non si trovino in uno stato fisico alterato. Non faremo quindi riferimenti a gesti afferenti alla sfera triviale, né russi né italiani.

Restano da esplorare i gesti scaramantici e quelli di natura religiosa, che verranno illustrati nel terzo capitolo, legandoli ai valori culturali.

Per quanto riguarda gli arti inferiori, il primo errore da non commettere è quello di accavallare le gambe in un ambiente formale. Sebbene sia accettato in situazioni confidenziali, l'accavallare le gambe è considerato un gesto scortese, che manca di rispetto all'interlocutore, soprattutto se donna. Un informant italiano, sposato con una donna russa, ha ancora ben impresso nella memoria, racconta che a colloquio con la Direttrice della scuola di suo figlio è stato redarguito pesantemente dalla stessa per aver appoggiato la parte di gamba di poco superiore alla caviglia sul ginocchio.

¹⁰ Spesso, quando un uomo va a prendere un'ospite di sesso femminile all'aeroporto o alla stazione, si presenta con un mazzo di fiori, in segno di saluto e di bentornato.

Altro elemento importante è che non si poggiano piedi o gambe sui tavoli, al contrario di quanto ammette la consuetudine americana. In genere, non ci si tocca i piedi in pubblico.

Quando si è ospiti di qualcuno è bene togliere le scarpe. All'ingresso ci sarà sicuramente una cesta con ciabatte e calzature da casa di varie misure: soprattutto d'inverno le soles delle calzature sono piene di neve, che verrebbe trasportata per tutta la casa. In alternativa, è consentito stare con i calzini, oppure portare le proprie pantofole. Per lo stesso motivo, in tutti gli uffici, luoghi di lavoro o di studio i russi lasciano un paio di scarpe di ricambio, che indossano all'inizio del turno e ripongono alla fine. Senza contare che d'inverno gli ambienti interni sono riscaldati all'inverosimile e portare stivali rivestiti di pelliccia o mocassini pesanti per l'intera giornata surriscalderebbe i piedi in maniera eccessiva. Non è inusuale che molti russi, soprattutto donne, portino con sé ciabatte monouso da utilizzare nei viaggi aerei.

Nei locali di pubblico accesso (ospedali, biblioteche, scuole, banche, uffici con apertura all'utenza) all'entrata si trovano due grandi cesti: uno contenente soprascarpe di plastica (detti *bachily*) da indossare sopra le proprie calzature, l'altro per gettarle uscendo.

2.2.3 Le espressioni del viso

Le espressioni del viso possono essere paragonabili al 'biglietto da visita' della cinesica. Importanti, al pari di tutte le altre parti del corpo, come tratti manifestanti gli aspetti non verbali della comunicazione, ma primo elemento con cui ci presentiamo ai nostri interlocutori.

La mimica facciale può rivelarsi particolarmente complessa, ma anche ambigua. I possibili problemi nell'ambito della comunicazione interculturale derivano dal fatto che le espressioni veicolano emozioni: sincerità, volontarietà, simulazione, mancata partecipazione e così via. Inoltre, alcune espressioni possono avere una durata talmente breve da essere a malapena notate, ma comunque raggiungono l'interlocutore. Ekman (2011), sostiene che sia molto più credibile simulare espressioni 'false' perché volontarie, mostrando ciò che non si prova, che non quelle vere e sentite, che potrebbero apparire poco convincenti. Inoltre sarebbe più facile fingere di provare sensazioni positive che negative come il dolore o la paura.

Per gli italiani, in genere, la mimica facciale rimanda sempre ad uno stato emotivo interiore di piacere, dispiacere, soddisfazione, contentezza e così via. Siamo caratterizzati, in genere, da una mimica spontanea. Aggrottare le sopracciglia, arricciare le labbra, scuotere la testa sono segni inconfondibili di disappunto, anche se il nostro interlocutore straniero non fa altrettanto, così come strizzarsi l'occhio, annuire con il capo o sorridere apertamente sono indicatori di compiacimento.

I russi sanno che gli italiani hanno questa caratteristica e possono, se buoni osservatori, ricevere dei messaggi 'muti' ma comunicanti che forniscono una chiave interpretativa della situazione in atto. In contesti informali o confidenziali tali espressioni sono consentite, ma possono, in qualche caso, destare disappunto se troppo espansive.

Da parte dei russi, sicuramente la mimica facciale è più contenuta, moderata e misurata, ma se si ha un buon grado di conoscenza e confidenza non si va incontro a grandi fraintendimenti. Come si è già detto in precedenza, i russi si aspettano che gli italiani siano cordiali e amabili nei modi e nei gesti, che sono accettati e apprezzati fino a quando non sfiorano la soglia dell'invasione o dell'ipocrisia.

Nei contesti d'affari la valenza delle espressioni del viso cambia totalmente. Nel business le emozioni in genere, men che mai quelle del viso, non vengono ritenute di alcuna utilità. Semmai il contrario: allungano i tempi, distolgono l'attenzione e se troppo evidenti potrebbero essere interpretate come indicatori di scarsa serietà, di impreparazione, di scorrettezza professionale.

Per gli italiani, al tavolo delle contrattazioni con i russi, sarebbe auspicabile mantenere un contegno quanto più possibile fermo e dignitoso, visto che ci si trova a contatto con espressioni facciali di difficile interpretazione o, in molti casi, criptiche. Difficilmente il viso esprime giudizi di valore, siano essi positivi o di senso opposto. Si tratta di visi impassibili e per nulla scrutabili, che rispondono ad un codice di contegno, serietà, formalità, tipico del setting professionale e lavorativo.

A differenza nostra, le espressioni del viso dei russi hanno un'accezione intenzionale. A causa di tale controllo, l'esuberanza degli italiani evidenziata anche sul viso potrebbe suscitare impressioni altamente negative e non in conformità con gli scopi comunicativi che il possibile partner italiano aveva intenzione di perseguire (Pavlovskaja 2003).

Un segno distintivo che, nonostante il rigido autocontrollo, ai russi sfugge è il cambiamento della pigmentazione. Di fronte ad un forte imbarazzo, ad uno sbaglio commesso, ad una ripresa da parte di un superiore i russi arrossiscono fortemente.

2.2.4 Lo sguardo e il sorriso

Un tratto differente che caratterizza italiani e russi nella comunicazione interculturale è dato dagli occhi, dallo sguardo. Mentre per gli italiani guardare i propri interlocutori direttamente negli occhi è sintomo di franchezza, onestà e di buone intenzioni, per i russi è difficile mantenere lo sguardo a lungo fisso su quello di un'altra persona, anche quando si sta parlando insieme. Molto spesso, infatti, lo sguardo tende ad abbassarsi, sia in situazioni formali che informali. Non si tratta di un atteggiamento

di scarso interesse o di disonestà. Si tratta di un aspetto decisamente radicato nella cultura russa che affonda le sue radici nei tempi in cui si doveva rispetto al padrone, o a un superiore.

Soprattutto in ambienti lavorativi formali, a tutt'oggi questo tratto è rimasto inalterato, ma lo si può riscontrare anche in situazioni confidenziali. I russi hanno difficoltà a mantenere per lungo tempo lo sguardo fisso su una persona e l'abitudine non è quella di guardarsi in giro, ma di tenere gli occhi bassi. In situazioni in cui verrebbe spontaneo guardarsi, come ad esempio sui mezzi di trasporto perché i posti a sedere sono uno di fronte all'altro, piuttosto che sostenere lo sguardo di qualcuno si preferisce chiudere gli occhi.

Quando si profila un interesse con connotazioni sessuali o di avvicinamento a scopo di conoscenza, è sempre l'uomo che prende l'iniziativa, con sguardi ammiccanti e sorrisi. La scelta rimane, comunque, alla donna che può decidere di restituire lo sguardo oppure di dare chiari segnali di non gradimento, incominciando a fare altro, come ad esempio utilizzare il cellulare, leggere un libro o semplicemente voltando le spalle o spostandosi.

Le donne russe, hanno una forte attenzione per il trucco. Il make-up rappresenta la femminilità per antonomasia, la cura di se stesse, l'esaltazione della bellezza, ma soprattutto un'arma di seduzione. È un 'rito' al quale non si può rinunciare. Le donne si truccano o si rinfrescano il trucco ovunque: in metropolitana, in macchina in attesa che il semaforo diventi verde, e così via. Vanno al mare, in palestra o in piscina con il trucco. Molte non escono di casa se non sono truccate, oppure rimangono in casa truccate. Il trucco perfetto è quello completo, vistoso, che gli italiani possono mal interpretare.

Il sorriso, o meglio la mancanza di sorriso, da parte dei russi è stato uno dei punti di discussione e di riflessione più dibattuti e più analizzati dell'intero lavoro di ricerca. Gli italiani, dal canto loro, sono concordi nell'affermare che i russi non sorridono mai e questi ultimi condividono tale opinione.

Se consideriamo veritiero l'assunto di Abercrombie, il quale scrive «Noi parliamo con gli organi vocali, ma conversiamo con tutto il corpo; la conversazione consiste in molto di più di un semplice interscambio di parole pronunciate» (1968, 55), allora dovremo, a questo punto, sostenere l'assunto che nella comunicazione interculturale i russi sono caratterizzati dalla mancanza di sorriso come forma di interscambio non verbale.

Per comprendere i reali motivi che sottendono a questa rarità di espressioni sorridenti occorre notare che per i russi, il sorriso è sempre un atto volontario. Per le culture occidentali, il sorriso è un atto di cortesia, di politeness, di primo contatto sociale. Più si sorride, più si pensa di mettere a proprio agio l'interlocutore. In Russia sorrisi troppo aperti, troppo frequenti, troppo cortesi assumono un valore decisamente negativo, che nella comunicazione interculturale diventa segno di ipocrisia, falsità, se non addirittura di scarsa affidabilità della persona con cui si sta interagendo.

do. Si pensa subito che si stia mettendo in atto un'intenzione d'inganno (Sternin, Sternina 2005).

Per gli italiani, abituati a sorridere in maniera naturale anche alle persone che non si conoscono, quando si entra in un locale pubblico, quando ci si presenta, la 'non risposta' al sorriso viene vissuta come segno di chiusura, maleducazione e disinteresse.

Questo comportamento indispetta gli italiani che entrano in un negozio: i commessi non sorridono ai clienti perché sono degli emeriti sconosciuti. La situazione muta solo nelle catene della grande distribuzione, negli *stores* dei rinomati marchi internazionali, nei locali e nei negozi di lusso. Il personale segue una formazione di accoglienza e di *customer care* che prevede anche l'imparare a sorridere, e i cui dettami molto somigliano ai nostri sia perché i *brand* sono occidentali, sia perché ritenuti più efficaci per le strategie di *marketing*. Quando è stato aperto il primo McDonalds a Mosca, il 31 gennaio 1990, in prossimità di Piazza Puškin (*Puškinskaja ploščad'*), ai commessi è stato fatto un apposito *training*, il quale prevedeva, naturalmente, che ci si dovesse rivolgere ai clienti sorridendo. La reazione degli operatori fu di silenziosa accettazione, ma di estremo disagio personale. Si sentivano degli sciocchi. Di qui, l'associazione con un antico proverbio russo che più o meno recita: «una risata senza ragione è sintomo di essere uno sciocco»¹¹ (Pavlovskaja 2003, 25).

In situazioni formali e professionali quindi non è conveniente sorridere. Gli affari, il lavoro, le contrattazioni sono una materia seria, che segue delle regole ben precise, che non contemplano distrazioni.

2.2.5 Gli odori e i rumori del corpo

I russi, anche come retaggio dell'epoca sovietica hanno cura del proprio corpo, ma più che altro in un'ottica di salute. Tutti sanno sciare e nuotare sin da piccoli e si stupiscono che ci siano italiani che non hanno mai imparato a praticare né l'uno, né l'altro, visto che il nostro paese è caratterizzato sia da ambienti montani, che marini. L'eccezione volontaria all'essere 'sani' è rappresentata dall'abuso di alcolici, anche se il numero degli astemi è in aumento.

L'olfatto è un rilevatore di sostanze volatili, ma ciascuno di noi ha una sensibilità diversa nei confronti degli odori che possono essere gradevoli o sgradevoli per qualcuno, sopportabili o insopportabili per altri. La sensibilità in questo caso è di tipo personale, ma possiede anche una forte matrice culturale. Un esempio su tutti: in Russia l'odore di sudore, soprattutto di quello maschile, è ampiamente tollerato in quasi tutti gli ambienti.

¹¹ Il proverbio in lingua russa è in rima ed è il seguente: «smech bez prichiny - priznak duračiny». È stata modificata l'ultima parola per conservare la rima baciata, senza per questo cambiarne il senso ('una risata senza ragione è sintomo di stupidità').

I deodoranti per le ascelle hanno fatto la loro comparsa nel paese in tempi relativamente recenti e si può affermare che solo verso gli anni Novanta e non prima se ne è incominciato a fare un uso abbastanza frequente. Di conseguenza, alcune generazioni non sono avvezze al loro impiego per l'igiene personale. Anche le donne possono odorare di sudore, nonostante l'uso di profumi, creme ed essenze.

Rispetto agli odori fastidiosi, da parte dei russi c'è una maggiore tolleranza, rispetto a quanto non accada agli italiani. Per gli italiani l'odore del sudore è un elemento bandito. Siamo i primi a sentirci a disagio, quando ci capita e non siamo nella condizione di poterci lavare o cambiare d'abito.

Sull'argomento che stiamo trattando in questo paragrafo, gli informant russi si sono espressi all'unanimità affermando che gli italiani ricorrono troppo all'uso di deodoranti, creme e profumi. È importante però sottolineare che un profumo costoso è uno degli oggetti che caratterizza lo status symbol di una persona. Se ne parlerà nello specifico più avanti.

Un altro elemento che crea differenza e che si ricollega ai cattivi odori del corpo è il fatto che, mentre gli italiani hanno l'abitudine di fare la doccia e di cambiarsi gli abiti tutti i giorni, i russi possono portare gli stessi per più tempo.

Altri odori ricorrenti e fastidiosi sono legati all'alitosi provocata da bevande alcoliche e dall'aglio, presente in molte salse e zuppe della tradizione culinaria russa. Prendere la metropolitana affollata del mattino è una buona prova di resistenza, considerando l'affollamento che non dà modo di sfuggire...

Alcuni informant italiani hanno notato come vi sia scarsa considerazione per gli altri in luoghi frequentati da più persone contemporaneamente, come ad esempio la piscina: sono in molti a non fare la doccia prima di entrare in acqua e a non usare le apposite ciabatte di plastica, camminando lungo i percorsi che portano alle vasche.

Quanto ai rumori, notiamo anzitutto che non è permesso soffiarsi in naso in pubblico. Ci si deve allontanare. Se non è possibile ci si deve girare e farlo con velocità e discrezione. Più spesso, succede che non potendo usare il fazzoletto siano udibili sonore ispirazioni del naso. In strada è possibile vedere uomini che otturano una narice e con un gran respiro verso l'esterno espellono il muco dall'altra.

L'atto del ruttare in pubblico, da noi decisamente scortese e maleducato, sta lentamente scomparendo in Russia, di pari passo con il grado di educazione posseduta.

I rumori intestinali non sono ammessi in nessun contesto.

Infine, per quanto riguarda i rumori fatici, ossia quei cenni o espressioni che indicano che si sta ascoltando con attenzione una conversazione, i russi optano per un semplice 'sì' (*da*).

2.3 L'oggettemica: comunicare con gli oggetti

Gli oggetti che indossiamo, che mostriamo, o che acquistiamo sono strumenti di comunicazione dotati di un peso specifico rilevante. Come tutti gli altri aspetti discussi finora, anche gli oggetti hanno la caratteristica di assumere significati che variano da cultura a cultura. L'oggettemica, tra i codici comunicativi non verbali, si colloca in stretta correlazione allo status symbol: identifica una persona come esponente di un ceto, di un gruppo, di una élite. Tuttavia, gli oggetti sono caratterizzati da una duplice valenza: da un lato, grazie alla loro visibilità sono di immediata identificazione, dall'altro il loro valore si esprime solo nel contesto preciso di riferimento. Possono, infatti, essere interpretati in un modo totalmente diverso da chi non proviene dallo stesso ambiente culturale, dallo stesso ceto (Balboni 2007a).

Spesso, nello scambio interculturale, gli oggetti che dovrebbero mettere in rilievo le caratteristiche appena citate finiscono, senza adeguata competenza interpretativa dell'osservatore straniero, per ottenere l'effetto opposto, rispetto a quello voluto. Qualche esemplificazione: in Italia gli uomini, soprattutto in un contesto formale e di lavoro, non sono soliti portare anelli, se non per la fede nuziale.¹² In Russia, ci si può imbattere nell'uomo d'affari, magari di origini daghestane o tataro che porta un anello d'oro prezioso e vistoso, da noi considerato kitch e privo di gusto. Nella cultura russa invece è segno di ricchezza, così come il cellulare placcato d'oro. Per i russi gli italiani posseggono naturalmente lo stile, la creatività, l'estetica: la nostra cultura è basata sul 'bello'. Quella russa, come già detto, sulla ricerca della 'comodità', poiché vi sono angoli del paese in cui esistono solo strade sterrate, non ci sono i servizi igienici in casa e spesso la corrente elettrica arriva dai generatori. Un russo difficilmente ricorre all'aggettivo 'bello' (*krasivyy*), per definire la prima qualità di un oggetto, ma pensa prima se possa essere utile (*udobno*).

In Italia il successo professionale è dimostrato dai benefit (macchina aziendale, lo studio nei piani alti, una o più assistenti, bonus annuali). In Russia il successo aziendale è rappresentato dalla scalata alla gerarchia e dai suoi segni (guardie del corpo, Hammer, ecc.).

Nei prossimi sottoparagrafi verranno analizzati alcuni degli oggetti che 'comunicano' e che contribuiscono ad ostentare lo status symbol: l'abbigliamento e le calzature, i monili sia maschili che femminili, il denaro, il cibo e le bevande.

12 I russi e molti popoli slavi portano la vera all'anulare della mano destra.

2.3.1 L'abbigliamento

Vestirci è un bisogno primario, per ripararci dal freddo e per nascondere la nudità. Ma il modo di vestirci è culturale. Inoltre, il modo di vestire racconta molti aspetti della nostra personalità. Sicuramente, l'abito che indossiamo, di solito, tende ad esprimere un duplice messaggio: da un lato la percezione che vogliamo dare di noi stessi come persona, come singolo individuo; dall'altro l'intenzione di essere riconosciuti come componenti del contesto sociale di riferimento.

Nella comunicazione interculturale «l'abito fa il monaco» (Balboni 2007a, 58), ci permette di acquisire degli elementi di decodifica della persona che ci sta di fronte – anche se il regno dello stereotipo si estende pesantemente sulla vestemica.

La comunicazione vestemica ha degli impatti non secondari su diversi aspetti sociali: dalla volontà di esercitare un controllo sugli altri, alla persuasione, al voler dimostrare sicurezza, alla definizione dello status symbol. Anche qui vale il principio che vuole che siamo prima visti e poi ascoltati.

Secondo Roland Barthes:

La Moda cerca delle equivalenze, delle validità, non delle verità; [...] è priva di contenuto, ma non di un senso. Sorta di macchina per mantenere il senso senza mai fissarlo, è continuamente un senso decetto, ma è sempre un senso: senza contenuto diventa allora lo spettacolo che gli uomini danno a se stessi della loro capacità di far significare l'insignificante. (2006, 290)

Per Barthes, la moda è una sorta di 'dispositivo', attraverso il quale la società tende a creare nelle persone il desiderio incontrollato, spesse volte, di possedere proprio un determinato oggetto: l'abito, l'outfit che non solo esteticamente bello e che catturi l'attenzione, ma che crei un fenomeno di emulazione.

Nelle grandi città russe, l'abbigliamento, soprattutto per i ceti abbienti, è un fattore di estrema importanza. Partendo dalla fascia più alta, cioè da chi non ha difficoltà ad investire grosse cifre di denaro nel guardaroba, sia maschile che femminile, la ricerca si orienta verso le griffe europee e americane più rinomate e conosciute. Il gusto, quindi, rispecchia i dettami occidentali, con la scelta di capi costosi e di ottima fattura. Non è un problema nemmeno il fatto che lo stesso identico abito di Armani o di Dolce & Gabbana possa costare il doppio a Mosca che a Milano. Esiste, ed è evidente, un forte senso di emulazione non solo rispetto ai modelli di abbigliamento occidentali, ma anche nei confronti di personaggi noti del jet-set internazionale.

Quello che, tuttavia, pur non volendo, non può essere ignorato è il concetto di 'stile'. Per i russi non basta indossare un capo firmato, così come

farebbe un europeo facoltoso. Coloro che fino a qualche tempo fa venivano definiti i 'nuovi russi'¹³ hanno la tendenza ad esagerare, secondo il gusto italiano che quindi li classifica come 'cafoni', il che non è il viatico migliore per uno scambio comunicativo...

Anche se non compresa nella lista degli informant sembra opportuno, a tal proposito, riportare una testimonianza di una signora russa di poco più di quarant'anni, la quale indossa solo ed esclusivamente jeans, a meno che non sia costretta a rinunciarvi. Alla domanda sul perché non scegliesse anche tipologie di abito, la risposta è stata la seguente: durante l'adolescenza suo padre non aveva la possibilità di comprarle l'oggetto dei suoi desideri, per cui adesso che fortunatamente gode di una condizione che le consente di acquistare tutti i jeans non riesce a rinunciarvi. È una sorta di rivalsea nei confronti delle ristrettezze del periodo sovietico.

In occasioni formali, l'abito maschile rispecchia, al di là del suo valore commerciale, i nostri canoni: pantaloni, camicia giacca, gilet e cravatta su colori sobri e scuri. Mai l'abito spezzato.

In genere, per gli uomini non è un problema nascondere la calvizie, quindi non ricorrono alla rasatura completa del capo; gli uomini non portano orecchini, in quanto segno di poca virilità. A volte, ma si riscontra nelle generazioni di età avanzata, è possibile che l'uomo porti il *toupet*, per nascondere parzialmente una stempiatura o la parte centrale della testa, mentre le signore possono indossare una parrucca, o un *chignon* applicato.

Per le donne, sempre in occasioni formali è d'obbligo il *tailleur*, impreziosito da spille, fiocchi o altro. Osano un po' di più sui colori e sui materiali. Ad esempio, indossano abiti di raso e taffetà anche di giorno, e questo genera reazioni stereotipiche da parte degli italiani e soprattutto delle italiane, con conseguenze sulla relazione comunicativa. Eccezion fatta per le grandi organizzazioni che hanno rigidi regolamenti interni, capita abbastanza spesso di imbattersi in addette o responsabili che, soprattutto se giovani, portano abiti vistosi e succinti, e anche questo può passare informazioni fuorvianti e portare ad incidenti relazionali.

2.3.2 Gli accessori, gli status symbol, il denaro

Per quanto riguarda i monili e i gioielli, le donne russe ne fanno un uso abbastanza cospicuo: amano sia le collane e gli anelli vistosi da abbinare ai colori degli abiti, sia le pietre preziose.

¹³ In Russia sono più che altro definiti 'persone ricche' (*bogatye ljudi*), o miliardari, le cui fortune non hanno origini conosciute e sulle quali è meglio non porre domande.

Moltissime persone, soprattutto donne e bambini, in segno di protezione, indossano la catenina d'oro con la croce, che in genere non è in vista ma viene portata a contatto con la pelle.

I russi, infine, portano la vera nuziale all'anulare destro. Gli uomini possono indossare anelli, anche di dimensioni abbastanza visibili e con pietre. A volte hanno un valore per la preziosità dei vari componenti, oppure di tipo affettivo.

Lo status symbol di una persona è solitamente indicato da uno o più segni esteriori che siano immediatamente riconosciuti dalle persone come indice di appartenenza a una classe socio-economica elevata, o come dimostrazione di prestigio o potere sociale. La forte disponibilità di denaro non è l'unico indicatore di status, anche se compra tutto il resto. Per i russi non è un argomento tabuizzato parlare di soldi. L'importante è non chiedere mai da quali attività derivino.

Tra le conseguenze più dirette della dissoluzione dell'URSS vi è stata la creazione di un ceto di 'nuovi ricchi', che ama possedere auto di lusso (SUV, Lexus, Mercedes, Hammer americane), appartamenti in centro, arredati con marmi italiani e mobili d'epoca, la *dacia* in posti esclusivi. Un altro segno distintivo dell'appartenenza al ceto sociale più alto è il numero che compone lo staff al proprio servizio. Si tratta di persone che, in genere, non hanno orari. Abituate ad essere convocate a qualsiasi ora del giorno e della notte e pronte a partire in qualsiasi momento, se necessario. Vivono un'esistenza completamente subordinata ai bisogni e alle necessità del datore di lavoro.

Anche il tempo, seppur non catalogabile come oggetto, può assumere una connotazione legata allo status, nella forma di far 'fare anticamera', quindi di attesa rispetto ad un appuntamento prefissato, in segno di potere e prestigio.

Il rapporto dei russi con il denaro costituisce un elemento complesso, articolato e che varia a seconda del ceto di appartenenza, del luogo in cui si vive, della disponibilità monetaria, della possibilità di avere un lavoro stabile o precario. Opinione comune di tutti gli informant intervistati è stata quella di asserire che i russi non fanno accantonamento, contrariamente agli italiani che, nonostante le difficoltà, hanno la tendenza a risparmiare in vista di eventi futuri che possano necessitare di somme per episodi di emergenza.

Consuetudine diffusa, più che altro superstizione, vuole che non si raccolgano da terra i soldi che qualcuno ha smarrito, poiché non essendo stati guadagnati saranno portatori di sfortune.

Un altro aspetto, meno nominato, è che l'estrema ricchezza può anche suscitare sensi di colpa. Un tempo, già a partire dal IX-X secolo, i ricchi mercanti (*kupcy*), proprio per cercare di ovviare a questo sentimento erano soliti elargire grandi somme per la costruzione di opere pubbliche. Ancora oggi è possibile incontrare facoltosi filantropi o mecenati, che si adoperano

no per la realizzazione di progetti di riqualificazione della capitale, o del finanziamento di musei e pinacoteche, di ospedali e orfanotrofi, e spesso gli italiani credono che queste elargizioni siano coperture per fini non dichiarati, mentre quasi sempre sono autentico mecenatismo.

2.3.3 Il cibo e le bevande

In Russia non sussistono particolari difficoltà o divieti legati all'offerta di cibo, bevande, soprattutto alcolici, ma anche sigarette. Da pochi anni è vietato il fumo nei locali pubblici, che prima venivano suddivisi da una linea immaginaria in zona fumatori e non. Tuttavia, negli ambienti di lavoro, non sempre questa regola viene rispettata.

I russi hanno un profondo senso di ospitalità, considerato un valore umano e sociale che contraddistingue l'intero popolo (Sternin, Sternina 2005): l'iniziale cautela e rigidità è una forma di autodifesa, piuttosto che di esclusione. Una volta superata, il sentimento di cordialità, interesse e accoglienza è reale e sincero e si intende contraccambiato.

Questo mutamento è comunicato anche con l'offerta di cibo e bevande, in occasioni formali, che informali. Non è consigliabile rifiutare o essere troppo sostenuti nel momento in cui ci si vede porgere da mangiare o da bere, soprattutto se a farlo sono i padroni di casa, in occasione di un invito. Un diniego sarebbe sicuramente interpretato come un'offesa personale.

Le tavole russe sono sempre imbandite di ogni leccornia, perché anche se non si tratta di un buffet e vengono servite portate, sulla tavola rimangono sempre piatti di verdure, salumi, caviale e bevande, sia analcoliche come i succhi di frutta, che noi italiani durante i pasti non siamo soliti consumare, che alcoliche. I russi hanno un concetto talmente alto dell'ospitalità a tavola che offrono cibo fino all'inverosimile. Spesso, non è possibile riuscire a mangiare tutto, ma è cattiva educazione non finire quello che si ha sul piatto. La soluzione è quella di servirsi o di farsi servire delle porzioni molto piccole, oppure di dire in anticipo che si soffre di una qualche patologia.

Anche il modo di mangiare dei russi, rispetto agli italiani, ha delle modalità diverse. Fatta eccezione per le occasioni formali, il modo di cibarsi dei russi è meno raffinato, un po' più scomposto del nostro, soprattutto dopo un paio di giri di brindisi.

Spesso, non è possibile riuscire a mangiare tutto, ma è cattiva educazione non finire quello che si ha sul piatto. La soluzione è quella di servirsi o di farsi servire delle porzioni molto piccole, oppure di dire in anticipo che si soffre di una qualche patologia (senza stare a specificare troppo, perché è considerato poco educato il parlare di malattie in queste situazioni), per la quale non è possibile bere o mangiare determinati alimenti. Altri motivi possono essere legati a principi etici, morali o religiosi, per i quali si può

rifiutare alcolici, che sono più difficile da rifiutare. Solo in questi casi, i russi sono rispettosi delle credenze altrui e non insistono, altrimenti è gesto sgarbato dire di no. Durante i pasti vengono serviti vini, che possono essere sorvegliati e degustati pian piano.

Gli alcolici, soprattutto la *vodka* vengono offerti in occasione dei brindisi. Questi ultimi scandiscono e caratterizzano tutta la durata dell'evento conviviale, sia domestico, che in forma di festa o festeggiamento. Il brindisi è disciplinato da regole fisse e ben precise: non è educato iniziare a mangiare prima del brindisi iniziale, che di solito tocca al padrone di casa, oppure alla persona che ha rivolto l'invito, non ci si versa da bere tra un bicchiere e l'altro, *vodka* o alcolici sono serviti in bicchieri di dimensioni ridotte, ma la bevanda deve essere bevuta tutta in un unico sorso. Ci si aspetta che ciascun ospite rivolga un augurio durante il corso del pasto. I temi sono legati all'amicizia, alla fortuna, alla felicità e alla realizzazione dei propri desideri. Spesso si raccontano anche aneddoti o si fanno rimandi al passato.

2.3.4 I regali

Doni, regali ed omaggi sono sempre graditissimi per i russi, in qualsiasi occasione, anche in ambito formale, professionale e lavorativo. È la dimostrazione che la persona che offre il regalo ha una particolare considerazione per chi lo deve ricevere.

In situazioni che coinvolgono partner italiani sono certamente molto ben visti doni personalizzati, oppure oggetti caratteristici della regione o della località di provenienza: vini e spumanti o grappe, considerata la tradizione enogastronomica italiana, così come cibi particolari, oggetti in pelle, di cancelleria, libri di edizioni limitate o prestigiose, oggetti d'antiquariato. Per le signore possono andare bene anche confezioni di dolci tipici o di cioccolatini artigianali, con confezioni raffinate. Il *made in Italy* è sempre considerato un marchio distintivo per eleganza e stile. Di conseguenza, il regalo sarà sicuramente tra i più graditi, soprattutto se sarà esplicita l'intenzione di aver scelto un omaggio proprio pensando per il o i partner d'affari. I gadget aziendali, più che regali sono considerati una sorta di scambio reciproco, di rito formale e introduttivo.

In genere lo scambio reciproco dei regali avviene o alla fine dell'incontro o della trattativa, oppure durante un momento di pausa. Di solito, mai all'inizio.

In situazioni meno rigide o del tutto informali è gradita l'idea del regalo in sé. Se si è ospiti, è impossibile presentarsi senza qualche presente per i padroni di casa, ai quali va consegnato subito. Se si tratta di un prodotto dolciario o gastronomico viene aperto subito e poi condiviso fra tutti gli invitati. Se si tratta di un dono personale non c'è da stupirsi se non viene aperto subito. Due sono i motivi principali per cui non si scartano i regali

di questo tipo. Per un russo, infatti, l'apertura del pacchetto è un momento personale, che vuole pregustare da solo. Secondariamente, se il regalo non dovesse risultare gradito si evita di mostrare una reazione dispiaciuta, che potrebbe risultare offensiva per la persona che ha scelto il dono. I russi non sono abili nel dimostrare falso entusiasmo, come abbiamo detto.

In quasi tutte le occasioni, sia di carattere personale che festivo i russi hanno la consuetudine di omaggiare le donne con dei fiori. Composizioni, cesti, fiori unici, mazzi di varia grandezza. L'importante che siano sempre in numero dispari, perché il linguaggio dei fiori ha delle regole ben precise. L'otto marzo si regalano i tulipani e non le mimose e i crisantemi non sono considerati fiori per i defunti come da noi. La rosa rossa è simbolo di passione. Regalare fiori alle donne, indipendentemente dal rapporto personale che si ha è un segno rispetto e di considerazione.

Ci sono, naturalmente, anche regali da evitare: orologi oppure oggetti appuntiti sono ritenuti simboli di sventura. La superstizione, infatti, è una delle caratteristiche che molto distingue il popolo russo. Anche i più scettici, poiché la lista delle scaramanzie è alquanto lunga e variegata, adottano qualche piccola accortezza (cf. § 3.11.2).

3 Problemi di comunicazione dovuti a valori culturali

Abstract Deep cultural values, whose traits identify and diversify the two cultures under investigation, are taken into consideration in Chapter 3. A framework of the aspects that characterize Italians and Russians in a strongly identity way is provided. Obviously, the main purpose is the acquisition of intercultural communicative competence, which allows people to approach the knowledge of a foreign culture in the right way, without disagreement. Respectful interpretation of all the aspects which are analyzed is fundamental. This is even more true when we deal with deep social values, which include concepts such as time, space (public and private), respect, social status, honesty, loyalty, fair play, friendship, family bonds and professional relationships, religion, patriotism, and finally a sense of belonging to a country or to an ethnic group. The above-mentioned factors, strongly linked to one's native culture, show two insidious characteristics: the first is that they rarely correspond to the foreign interlocutors' values. The second is the deep certainty that ours are unquestionable because it is believed that they are 'natural' and therefore are not required to be up for discussion. This attitude puts relational abilities, whose role is to remove ambiguous impressions and stereotypes that can compromise intercultural communication, at a disadvantage.

Sommario 3.1 Problemi comunicativi legati al concetto di tempo. – 3.2 Problemi comunicativi legati al concetto di spazio. – 3.3 Problemi comunicativi legati alla gerarchia, al rispetto, allo status. – 3.4 Problemi comunicativi legati al concetto di onestà e fair play. – 3.5 Problemi comunicativi legati al concetto di famiglia. – 3.6 Problemi comunicativi legati al mondo metaforico. – 3.7 Problemi culturali legati alla sessualità. – 3.8 Problemi comunicativi legati alla sfera religiosa. – 3.9 Problemi interculturali legati all'idea di conoscenza. – 3.10 Peculiarità culturali utili per la comunicazione interculturale. – 3.10.1 La superstizione. – 3.10.2 L'amicizia.

Ogni cultura è caratterizzata da principi, convinzioni e credenze profonde condivise da tutti i suoi appartenenti, che la rendono unica e che fanno sì che i singoli individui si sentano elementi inclusi in una dimensione più ampia di quella della sfera del singolo. Di fatto, ogni società ha i propri valori di fondo che costituiscono la base su cui poggiano concetti come, ad esempio, il significato del tempo, dello spazio, della proprietà, della gerarchia, del rispetto, dell'onestà, della lealtà e i dei legami personali e affettivi.

Nel mondo degli scambi interculturali, le peculiarità valoriali di una cultura che entra in confronto con un'altra possono assumere una forte valenza comunicativa, soprattutto quando le differenze generano incomprensioni e fraintendimenti sul piano interpersonale (Lobasso, Pavan, Caon 2007).

Saper leggere i segnali interpretativi che possono consentirci di decodificare atteggiamenti e comportamenti di persone appartenenti a culture diverse dalla nostra rende possibile la comunicazione e l'apporto fornito dallo sviluppo delle abilità relazionali è di fondamentale importanza. Non sempre si è coscienti dei propri valori di fondo, per il semplice fatto che essi sono stati assorbiti in maniera del tutto inconsapevole e naturale.

Nel presente capitolo verranno presi in esame i principali problemi che possono sorgere tra italiani e russi che sono determinati dalla differenziazione dei valori culturali.

3.1 Problemi comunicativi legati al concetto di tempo

La misurazione del tempo si configura come uno degli elementi più complessi da comprendere e da gestire in ambito interculturale.

Nella Federazione Russa ci sono undici fasce di fuso orario, quindi all'interno dello stesso paese la percezione e l'organizzazione del tempo differiscono. Nella cosiddetta Russia europea il tempo viene interpretato come una corda tirata, che può allentarsi a seconda delle situazioni, ma che non perde mai la sua valenza originaria. La giornata inizia al mattino, anche se non troppo presto e si conclude piuttosto tardi la sera, in una sequenza di linearità.

Spostandosi nei territori più a oriente il tempo acquista, invece, una valenza circolare, così come nelle culture buddiste. Nelle zone dell'estremo e vasto settentrione, a ridosso del circolo polare artico, ma anche oltre, il sole non cala mai ininterrottamente dal solstizio di giugno (sole di mezzanotte), fino al crepuscolo artico, il solstizio di dicembre (notte polare). I ritmi dell'esistenza sono scanditi dalla ciclicità, sia della natura che delle attività umane.

Nelle grandi città come Mosca e San Pietroburgo, al contrario, il tempo somiglia a un'entità da rincorrere. Si dice, infatti, che 'Mosca non dorme mai', attanagliata dal suo viavai continuo di auto sfreccianti, di metropolitane affollate, di *maršrutki*¹ e di gente che ha sempre qualcosa da fare, un posto da raggiungere, una persona da incontrare. Tutti i più grandi agglomerati urbani del paese sono caratterizzati dalla rapidità e dalla continuità degli eventi e non c'è molta differenza tra il giorno e la notte poiché molti servizi, dal supermercato alla palestra, dalle farmacie ai chioschi di fiori, sono disponibili ventiquattro ore al giorno. Le attività dei cantieri edilizi sono spesso organizzate in turni diurni e notturni, senza mai subire interruzioni. La manutenzione delle grandi arterie stradali

¹ La *maršrutka* è un mini bus, che effettua gli stessi percorsi dei mezzi di trasporto urbano, ma con tariffe leggermente superiori. Si tratta di un sistema parallelo a quello pubblico, ma molto veloce e utilizzato per gli spostamenti su superficie.

avviene perlopiù di notte, al fine di non rallentare i flussi della viabilità. Le cucine dei ristoranti funzionano senza pause né interruzioni per l'intero orario di apertura dei locali.

Per i russi l'ambito lavorativo è caratterizzato da un tempo formale, rigido e strutturato. Una delle regole principali del business afferma che 'il tempo è denaro', quindi, accordi e contrattazioni devono avvenire nel rispetto di quanto previsto e prestabilito. L'organizzazione del lavoro è basata su un sistema di regole prefissato, all'interno del quale gli imprevisti rappresentano un ostacolo di non facile risoluzione. Dalle testimonianze di alcuni informant italiani che lavorano in aziende con personale misto emerge, infatti, che i russi non sono molto inclini ad affrontare un contratto con prontezza e risolutezza. Tuttavia, non bisogna dimenticare che indicazioni, permessi e ordini solitamente provengono da una persona che ricopre un ruolo di comando all'interno della piramide gerarchica e il non seguire pedissequamente quanto prescritto può essere interpretato come una mancanza grave di rispetto nei confronti di un superiore.

Gli italiani, invece, nell'affrontare le imprevedibilità del lavoro si mostrano più flessibili e disinvolti. Il fatto di apportare cambiamenti in itinere non viene considerato un fattore limitante, ma al contrario denota capacità di rielaborazione e di messa in atto delle soluzioni migliori.

Proprio da questa diversità di approccio possono scaturire incomprensioni di natura comunicativa e interculturale. I russi, infatti, tendono a pensare che i nostri manager siano disorganizzati, troppo emotivi e sempre pronti a mutare idea, dando un'immagine di sé poco affidabile. Gli italiani considerano i russi come delle persone prive di elasticità. L'incapacità di questi ultimi di ponderare con un certo relativismo le situazioni più diverse che via via si presentano, può essere associata alla necessità di evitare stati di incertezza (Hofstede 1991). Ciò emerge con evidenza soprattutto nelle fasi finali della trattativa, le cui proposte contengono una serie infinita di clausole, per la maggior parte di carattere autotutelante.

Un punto cruciale nella comunicazione interculturale con i russi è il concetto di tempo 'vuoto', rappresentato dal silenzio e dalle pause prolungate durante l'eloquio. Fermarsi a lungo mentre si sta parlando è visto come un sintomo di poca chiarezza di idee, ma anche come una dimostrazione di debolezza. Negli affari, spesso basati su conoscenze interpersonali dirette, l'assertività e la prontezza di pensiero e di risposta sono elementi basilari per stabilire un rapporto proficuo di collaborazione.

Altro fattore da non sottovalutare è la visione monocronica del tempo, ossia la predisposizione a eseguire un solo compito per volta e con ordine. Abbiamo detto che il tempo è percepito, almeno nell'area geografica di nostro interesse, come una corda tesa. Su questa linea, gli eventi si sviluppano uno dopo l'altro. Non esistono, come ad esempio nella cultura araba, più linee temporali parallele nelle quali si fanno contemporaneamente più cose.

I ritmi lavorativi, di conseguenza, sono meno veloci rispetto a quelli italiani e l'idea del lavoro è parcellizzata. La rigida suddivisione dei ruoli impone che ci si limiti ad eseguire solo quanto ascrivito ai doveri di ciascuno, senza invadere il campo delle responsabilità altrui. Il risultato più diretto di una simile concezione è la frammentazione della visione globale dei processi di lavoro, sia individuali che di squadra.

I turni sono di otto ore, anche se non è inusuale trattenersi oltre i tempi canonici, ed è prevista una pausa per il pranzo, come in Italia. Tuttavia, gli orari di inizio e di fine giornata sono leggermente spostati in avanti. Nel settore pubblico gli uffici aprono intorno alle nove e trenta, mentre i vari esercizi verso le dieci. In quello privato ancora più tardi. Non ci si deve, dunque, meravigliare se il primo appuntamento del mattino viene fissato ad un orario che per noi si avvicina di più all'ora di pranzo.

Il sabato solitamente viene considerato un giorno feriale, mentre la domenica, seppur festiva, vede l'apertura al pubblico di molte banche o uffici postali. Non esiste, invece, il giorno di riposo infrasettimanale, né per i negozi né per i ristoranti.

Il concetto di puntualità è legato al valore del tempo e può assumere differenti significati a seconda dell'ambiente in cui ci si trova. Il ritardo non viene considerato necessariamente come un'infrazione al codice della buona educazione e può essere tollerato, ma molto dipende dal contesto di riferimento. Nelle megalopoli i fattori reali e di complessa previsione che possono determinare la mancanza di puntualità sono l'eccessivo volume di traffico, le strade bloccate a causa del passaggio di un corteo governativo, gli incidenti provocati dalle avverse condizioni meteorologiche, l'ora di punta.

Anche la formalità o l'informalità delle situazioni sono aspetti che condizionano l'essere in orario o meno. In circostanze formali la puntualità e la precisione sono d'obbligo per chi è atteso, soprattutto se si tratta di un partner straniero.

Tuttavia, nelle organizzazioni molto prestigiose e molto gerarchizzate la mancanza di puntualità può essere usata come dimostrazione di potere. L'atto di 'far aspettare' qualcuno intenzionalmente ha un significato ben preciso per chi lo fa: si vuole sottolineare il fatto di occupare una posizione di prestigio, di comando o entrambe, disponendo in maniera deliberata del tempo altrui. In genere, un simile atteggiamento viene perpetrato da persone che occupano il gradino più alto della scala gerarchica di un'azienda, che hanno esperienza negli affari, ma anche la convinzione di ricoprire una posizione superiore rispetto al proprio interlocutore. Potrebbe, inoltre, trattarsi della volontà di far capire subito chi comanda, in un rapporto già impari in partenza. Nel caso di un rapporto tra partner in affari il far attendere può configurarsi come la dimostrazione che la proposta della controparte non viene ritenuta interessante, ma senza ricorrere a strumenti dialogici diretti. In questo modo è, inoltre, possibile misurare la pazienza dell'interlocutore.

3.2 Problemi comunicativi legati al concetto di spazio

La grande disponibilità di spazi intesi come territori e distanze da percorrere è una delle caratteristiche principali della Federazione Russa, il paese più grande del globo. La prima volta che un italiano visita Mosca o San Pietroburgo ha l'impressione che sia tutto grande. I russi, quando vengono in Italia, al contrario, hanno l'impressione che tutto sia piccolo. Non a caso, quando arrivano nel nostro paese organizzano un vero e proprio *tour* e in una settimana riescono a visitare Roma, Firenze, Venezia, Napoli e Palermo.

Anche le distanze a piedi traggono in inganno. I numeri civici non corrispondono ai singoli portoni, come in Italia, ma indicano gli edifici, quindi a parità di numeri da percorrere il tratto sarà molto maggiore in Russia che non in Italia. Chiedere a un russo se un posto è vicino o lontano da raggiungere camminando ha come conseguenza il sentirsi rispondere che non ci si impiegheranno più di cinque minuti. In realtà, circa venti. Non bisogna pensare che vi sia l'intenzione di dare un'indicazione sbagliata. A cambiare è proprio la concezione valoriale dello spazio. Queste diversità valoriali possono dare adito a fraintendimenti non gravi.

Le considerazioni degli informant sia italiani che russi, in merito allo spazio 'pubblico' sono tutte invariabilmente partite dalla contrapposizione che questo termine genera. Pubblico, infatti, può significare di tutti o di nessuno.

In Unione Sovietica il pubblico era di tutti, o meglio era dello Stato, ma tutti ne potevano usufruire. In Russia il pubblico sembra essere di nessuno, quindi è lasciato a se stesso. Moltissime zone verdi libere sono disseminate di bottiglie, buste di plastica e immondizia di ogni genere. Se i cassonetti non sono nelle immediate vicinanze del portone di casa o del parcheggio, i sacchetti, contenenti resti di ogni genere (non c'è una raccolta differenziata su vasta scala), vengono lasciati appena fuori dall'entrata. Fanno eccezione i parchi attrezzati, i cortili dei palazzi e i marciapiedi per i quali viene appositamente predisposto un servizio di pulizia effettuato da un vero e proprio 'esercito' di migranti.

Sui luoghi di lavoro esistono sia spazi in comune, che spazi privati. Le grandi organizzazioni, basandosi sui modelli occidentali, optano per gli uffici *open space*, in cui ciascuno ha la propria postazione che non viene occupata da altri. Infatti, la scrivania e gli strumenti di lavoro sono considerati propri di chi ne fa uso. Non vengono aperti cassetti o prese in prestito cose senza previa autorizzazione del proprietario, perché sarebbe considerato scorretto.

Chi, invece, occupa un ruolo di potere ha sempre a disposizione uno spazio privato, che viene considerato come proprio e quindi avulso dalle regole comunemente condivise. Il divieto che più frequentemente viene infranto in un ufficio è quello del fumo.

A differenza dello spazio pubblico, quello 'privato' coincide con la sfera intima della persona ed è perciò considerato come uno spazio individuale. Si tratta di un concetto che nasce insieme alla ricostruzione del tessuto sociale del paese, dopo la caduta dell'Unione Sovietica. Ricevere un invito a casa di qualcuno e non in un locale pubblico ha un forte valore di accoglienza. È l'indicatore che si sta entrando a far parte della cerchia delle amicizie che, per chi ci ospita, contano. È un segno di stima, di rispetto e di fiducia, ma anche di piacere nel godere della reciproca compagnia. Non si tratta mai di semplice proforma. Se un russo, poi, ci fa accomodare in cucina e non nel salotto vuol dire che tiene veramente a noi. La cucina, infatti, è considerata in assoluto l'ambiente più intimo.

Molti, tra gli intervistati russi, hanno sottolineato degli italiani la tendenza a ritenere la propria casa come un luogo il cui accesso è permesso a pochissime persone. Riconoscono che siamo gente aperta e cordiale, ma che spesso si tratta solo di un comportamento di cortesia e di facciata. Un italiano deve quindi sapere che se rivolge un invito a un russo deve onorarlo, altrimenti rischia di passare per una persona inaffidabile, superficiale e ipocrita.

3.3 Problemi comunicativi legati alla gerarchia, al rispetto, allo status

In Russia il concetto di gerarchia prevede che vi sia una forte, precisa, diretta ed esplicita distanza tra un gradino gerarchico e l'altro. Come afferma Balboni (2007a, 44):

il modo in cui si elabora, mantiene e cambia una gerarchia varia da cultura a cultura ed è un problema culturale; diventa problema comunicativo il modo in cui si *esprime*, si mostra la gerarchia, e conseguentemente si esprimono lo status e il rispetto che a tale status è dovuto.

In Russia, la gerarchia si mostra sempre come una struttura impermeabile e verticalizzata, nella quale non sono ammessi 'salti' nell'ordine prefissato. La separazione è determinata non solo dal ruolo e dalla carica, com'è naturale che sia, ma anche da tutta una serie di parametri che per l'interlocutore o il potenziale partner straniero devono rappresentare degli indicatori utili alla decodifica della piramide gerarchica stessa, in modo da non commettere errori o passi falsi. È necessario, quindi, considerare che:

- a. gli affari sono spesso basati sulla conoscenza diretta e sulla stima personale. A volte si tratta di veri e propri accordi *ad personam*. Instaurare una relazione franca e diretta con il dirigente o la persona più alta in grado è di fondamentale importanza per raggiungere i

- target* prefissati. All'interno di questo contesto rigido e controllato può accadere, tuttavia, che una relazione di tipo professionale possa trasformarsi anche in amicizia con il tempo e la fiducia;
- b. la trasparenza dei ruoli potrebbe non essere sempre così esplicita agli occhi di uno straniero. In alcune organizzazioni esiste una 'doppia gerarchia', una ufficiale e una non, che però può svolgere una funzione di primaria importanza. Esistono, infatti, delle figure-chiave, come ad esempio l'assistente di un direttore o di un dirigente, che possono facilitare la creazione di un collegamento diretto con i vertici;
 - c. in questi ambienti non sono tollerati atteggiamenti troppo espansivi né di tipo verbali, né di tipo gestuale. È sempre richiesto il rispetto della formalità sia linguistica, che comportamentale.

A questo punto si rende necessaria una precisazione sulla persona più alta in grado, su colui che occupa il vertice,² sul leader. Un capo, per essere tale, deve essere una persona capace di gestire le situazioni, di non lasciarsi prendere dalle emozioni, ma soprattutto di non farle trasparire, né verbalmente, né con la gestualità. Un vero capo non ha bisogno di dimostrare il suo valore, perché intrinsecamente contenuto nel ruolo e nel potere che esercita.

A queste caratteristiche, di solito, si legano il rispetto e il riconoscimento dello *status*.

In realtà, nella cultura russa, il rispetto non è sempre direttamente proporzionale alla carica ricoperta. Certamente, sul luogo di lavoro, come abbiamo visto, esistono regole ferree che nessuno si immaginerebbe mai di contraddire. Tuttavia, c'è una netta differenza tra coloro che hanno uno *status* acquisito e chi invece ne ha uno soltanto attribuito. Nel primo caso, in cui la preparazione e le abilità della persona sono evidenti e comprovate dal valore del lavoro e dai risultati raggiunti, rispetto e riconoscimento sono espliciti e accordati sia dal punto di vista professionale, che umano. Nel secondo caso, il rispetto è accordato semplicemente al prestigio del ruolo ricoperto.

Nell'attuale mondo degli affari russo acquistano sempre più importanza i giovani *businessmen*, i quali hanno frequentato università prestigiose e conseguito specializzazioni all'estero (soprattutto in Inghilterra) e che fanno della loro professione una sfida continua, a volte spregiudicata, ma sempre volta al raggiungimento di risultati che diano lustro a loro e all'azienda.

C'è poi un'altra figura di dirigente o uomo d'affari che proviene dalle propaggini dell'ex apparato governativo sovietico. Si tratta di persone con

² È stato volontariamente usato il genere maschile, poiché le più alte cariche delle organizzazioni sono quasi tutte occupate da uomini.

un'esperienza di lungo corso, caute, criptiche, guardinghe. A differenza delle giovani generazioni, però, hanno una minore propensione per il rischio e possono rivelarsi partner affidabili

Si può occupare un ruolo, senza per questo essere davvero rispettati dagli altri se non a livello puramente formale: nella società russa questo è un aspetto culturale di fondo consolidato. Anche in Italia i principi gerarchici rispecchiano la verticalizzazione e la non permeabilità dei livelli. Tuttavia, a differire sono gli atteggiamenti e i modi di fare, meno discriminanti e certamente non basati sul timore, semmai sulla deferenza. Naturalmente, i modi cortesi o il passaggio dal formale all'informale nello scambio dialogico non intaccano lo *status quo*.

Un'ulteriore differenza tra i due paesi è rintracciabile nel diverso sviluppo della mentalità imprenditoriale. In Russia manca, spesso, la capacità di prospettare scenari futuri che possano assicurare la sopravvivenza e il benessere dell'organizzazione e dei suoi dipendenti. Per questo motivo, al di là delle grandi compagnie, piccole e medie aziende non hanno vita lunga e non esiste il concetto di azienda come 'famiglia', così come avviene spesso in Italia.

In Italia, al pari che in altri paesi europei, la gerarchia è al servizio di una mentalità capitalistica che ricerca non solo gli utili, ma che renda sempre più efficiente la produttività, la crescita e l'espansione aziendale. Lavorare in un'organizzazione significa operare ai fini del mantenimento della medesima, non preoccuparsi unicamente del proprio tornaconto personale. In questo senso, i russi, sempre per ragioni storiche legate al loro passato di potenza basata su un'economia di tipo stalinista, non hanno mai potuto sviluppare completamente il senso dell'imprenditorialità. Guardano ai modelli occidentali, ma senza carpirne bene i meccanismi. Spesso gli informant italiani hanno ribadito che occorre assicurarsi più volte che le decisioni stabilite siano state comprese e che, soprattutto, vengano eseguite senza che insormontabili ostacoli ne blocchino lo sviluppo. Di fronte all'imprevisto i russi tendono a non mettere in atto strategie di risoluzione ma si fissano piuttosto su posizioni di intransigenza.

Una peculiarità di molti dirigenti russi, rispetto a quanto dichiarato dagli informant che hanno fatto parte del campione d'indagine, è la tendenza a lavorare per se stessi. Lo scopo da raggiungere, infatti, non sarebbe tanto legato agli obiettivi stabiliti dai piani di sviluppo della compagnia, quanto piuttosto la convenienza personale o il fatto di distinguersi da tutti gli altri. In quest'ottica, anche il principio di fidelizzazione all'azienda diventa debole e non costituisce una ragione valida per restare, qualora un'organizzazione antagonista offrisse condizioni migliori.

In questa direzione si muove anche il concetto di lealtà.

Una informant russa che ha lavorato per diverse grandi compagnie, sia russe che europee, ha affermato di avere toccato con mano la differenza che c'è nel considerare il principio morale della lealtà nel mondo lavorativo

russo e in quello straniero. Nel primo caso, come per il rispetto, si assicura lealtà al superiore proprio perché è tale, in quanto riveste una posizione più alta. Sono rarissime le occasioni in cui un dirigente, andandosene da un'azienda, porta con sé qualche assistente o collaboratore. I rapporti lavorativi non implicano altro se non il semplice e crudo contatto quotidiano, fino a che questo permane. Neutralizzando le qualità umane e caratteriali va da sé che principi etici e morali che costituiscono il carattere della persona vadano dispersi. Un esempio su tutti: amicizia e lavoro in Russia sono un binomio che non viene tenuto in considerazione, se non tra parigrado. Il luogo di lavoro non è caratterizzato da una socialità così profonda da lasciare spazio alla creazione di rapporti extra-lavorativi profondi e duraturi, nonostante i russi credano fermamente nel valore dell'amicizia.³

In ambito lavorativo e professionale, ma non solo, uno dei problemi più complessi e articolati è il pericolo di compromettere la rispettabilità e l'immagine che diamo al prossimo di noi stessi: il rischio di 'perdere la faccia' diventa uno degli aspetti cruciali da prendere in esame.

In un qualsiasi setting comunicativo alla presenza di russi è consigliabile attenersi ai seguenti criteri:

- a. nella verifica della comprensione, non esordire mai con domande dirette che prevedano come risposta un sì o un no. Pur di non ammettere di non aver capito, l'interlocutore russo darà una risposta positiva. Solo successivamente ci si renderà conto che non è così. La cosa migliore da fare è mettere in atto strategie come la ripetizione o la ricapitolazione, in modo che quello che non è stato compreso la prima volta lo sia successivamente, senza intaccare il senso di vergogna e di umiliazione della persona;
- b. quando ci si rende conto che qualcuno ha commesso un errore grossolano, mai riprenderlo in pubblico davanti a tutti, ma aspettare il momento opportuno in cui lo si può prendere da parte;
- c. non aspettarsi scuse pubbliche di fronte a un evidente comportamento inappropriato o a uno sbaglio fatto. Scusarsi vuol dire perdere la dignità. Di conseguenza, si cercherà di imputare la colpa alla situazione, a qualche altra persona, ad una serie avversa di fatti.

I russi sono caratterizzati anche da un forte senso di permalosità, che li porta ad offendersi facilmente. Se a questo vi si aggiunge il rischio della perdita della credibilità, di dovere delle scuse che potrebbero minare lo status, la posizione di un individuo, oppure dare l'idea di non avere una personalità fortemente delineata, la comunicazione tra culture ne uscirebbe senza dubbio sconfitta.

3 Il detto russo, così come da noi, dice che 'l'amicizia è amicizia, il lavoro è lavoro' (*družba družboj, a služba služboj*).

3.4 Problemi comunicativi legati al concetto di onestà e fair play

In ambito interculturale concetti quali l'onestà e il fair play possono costituire dei fattori il cui peso può gravare in maniera decisiva sull'efficacia della comunicazione tra esponenti di culture caratterizzate da software mentali differenti. La metafora di Hofstede (1991) ci viene sempre in aiuto, soprattutto quando è necessario riflettere su principi valoriali profondi che contraddistinguono interlocutori stranieri a confronto. Nello specifico, onestà e fair play, quindi l'integrità morale, la correttezza verso gli altri e un atteggiamento rispettoso delle regole, il 'gioco corretto' sono principi permeabili. Esistono in tutte le società e le culture, ma hanno valenze differenti e soprattutto vengono interpretati in modi diversi nella pratica.

Stando alle dichiarazioni degli informant di entrambe le parti, il concetto di onestà sarebbe quello più soggetto ad 'adattamento', sia per gli italiani che per i russi. Molto dipende dall'ambiente di lavoro e dal ruolo che può esercitare il tornaconto personale. In Russia, se una persona non approfitta di una situazione è considerata poco furba, più che disonesta.

Nessuno ha dichiarato che l'onestà è un valore integro nelle rispettive società, ma che occorre sempre calarci nella sfera dell'individuo e del suo sistema morale. Fare delle generalizzazioni è stato difficile soprattutto perché è tangibile il pericolo, come si dice, di 'fare di tuttata un'erba un fascio', senza arrivare a dirimere la questione di fondo in modo corretto. Di conseguenza, alla domanda che chiedeva se i russi o se gli italiani siano onesti, l'aggettivo più utilizzato è stato 'abbastanza'.

Nel definire l'onestà, al di là dei principi morali individuali hanno un ruolo anche le leggi in vigore nei rispettivi paesi, che a seconda della severità possono incidere sulla decisione di diventare disonesti. In una nazione in cui la certezza della pena è sicura, l'attitudine a mantenere un comportamento onesto è sicuramente più marcata e viceversa. In Russia esistono codici molto rigidi, la cui applicazione è immediata e desta timore e paura. La conseguenza più diretta di questo aspetto è duplice: o si mettono in atto comportamenti che si distanziano dalla norma ma non tanto da essere visibili, oppure si osa e si rischia di perdere tutto, la faccia e forse anche altro, pur di accaparrarsi fortune incalcolabili.

In Italia, il fenomeno della 'bustarella' per poter superare ostacoli burocratici, vincere appalti, sveltire *iter* è, purtroppo, un fenomeno dilagante che ha ramificazioni in molti settori sia pubblici che privati. Anche in Russia esiste il fenomeno dell'essere 'riconoscenti' (*byt' blagodarnym*). Tuttavia, è da sfatare la convinzione che abbia una diffusione capillare. In passato, subito dopo la dissoluzione dell'URSS era molto frequente, ma poi le regole sono cambiate. Il fenomeno non è sparito, ma è relegato a determinate realtà. Una informant ha riportato che, ad esempio, per prendere la patente di guida l'elargizione di un piccolo balzello aiuta. Altrimenti si torna a sostenere l'esame. In ambienti in cui gli stipendi dei dipendenti

non sono alti, come ad esempio nelle cliniche statali o negli uffici dell'amministrazione periferica, anche una piccola somma può contribuire a far sì che un congiunto malato sia più seguito o che una pratica venga evasa in pochi minuti. In contesti professionali più grandi o più prestigiosi esistono altre prassi: i regali.

In realtà, il riconoscimento personale attraverso un presente è valido e accettato trasversalmente (Pavlovskaja 2003). Negli ambienti che contano il regalo è commisurato al piacere richiesto e ricevuto. Spesso il valore economico del dono è molto alto, ma regalare non è reato.

Rispetto alle alte sfere di potere, di tutti e due i paesi, i meccanismi che regolano il concetto di onestà e di fair play sono talmente complessi, articolati e celati, che non è stato e non è possibile, attraverso la sola raccolta delle esperienze del campione d'indagine, fornire dei modelli attendibili, se non solo supposizioni, che per i nostri scopi non sono adatte. Inoltre, si è ritenuto, per gli stessi motivi appena elencati, di non addentrarci nella dimensione di fenomeni legati al malaffare e alla corruzione.

3.5 Problemi comunicativi legati al concetto di famiglia

La famiglia, sia in Russia che in Italia, rappresenta il nucleo elementare della società ed ha una forte influenza individuale, sociale, educativa e regolativa sui membri che la compongono. Siamo abituati a pensarla come ad un'entità costituita da due adulti, padre e madre, e da uno o più figli. Questa, in entrambi i paesi, rappresenta l'immagine 'classica' della famiglia, quella che viene prospettata alle giovani ragazze russe, soprattutto se vivono in realtà periferiche e distanti dai grandi centri urbani oppure mostrata in televisione, negli *spot* pubblicitari. In realtà, anche le giovani ereditiere sperano in un matrimonio sfavillante e nella creazione di una famiglia propria. Si tratta di un modello culturale che inizia ad essere trasmesso fin dall'infanzia e che continua anche oltre. In Russia, l'età in cui si deve pensare a farsi una famiglia è inferiore rispetto alla nostra. Con l'eccezione di Mosca e di San Pietroburgo, che sono città in cui una donna può lavorare, mantenersi e decidere liberamente quando e se convolare a nozze, a poco più di vent'anni ci si sposa. A volte anche prima, quando si è ancora studenti universitari.

Sempre più spesso, tuttavia, anche se per motivi differenti e molto distanti fra loro il modello tende a diversificarsi. Per essere corretti dovremmo probabilmente parlare di 'famiglie' al plurale. In un paese a forte disparità di genere, con una popolazione di circa centoquarantasei milioni e mezzo di abitanti, le donne sono settantotto milioni e seicentomila, circa

dieci milioni e mezzo in più degli uomini.⁴ Non sempre è possibile che i nuclei familiari siano, per così dire, completi. In molti casi sono mononucleari, composti da un unico genitore, ossia la madre. Ecco perché l'inclusione di altre figure parentali, soprattutto dei nonni, diventa fondamentale, non solo dal punto di vista affettivo, ma anche economico.

In Russia, anche se in aumento, sono ancora rare le coppie che convivono senza regolarizzare civilmente il rapporto. Unioni dello stesso sesso non sono consentite. Nella comunicazione interculturale, quindi, è bene tenere in considerazione questo aspetto, evitando di fare riferimenti a questo particolare argomento.

I legami familiari sono considerati importanti e sono alla base della vita sociale dei russi, i quali si sposano presto ma quasi mai hanno relazioni durature. Se per la Chiesa cattolica il matrimonio è un legame indissolubile, tranne che in casi eccezionali in cui si viene meno a determinati obblighi nei confronti del coniuge, la Chiesa ortodossa consente di sposarsi fino a tre volte.

Le donne nel matrimonio cercano una sicurezza soprattutto di tipo economico e finanziario. Per questo motivo può capitare che l'unione non sia basata su sentimenti reciproci profondi, e questa evidenza crea prospettive distorte nella percezione degli italiani, prospettive che si ripercuotono nell'atteggiamento comunicativo nei confronti di queste donne 'approfittrici'.

L'usanza e la legislazione vogliono che, dopo il matrimonio, le donne possano mantenere il loro cognome da nubile o prendere quello del marito. In Italia l'ex moglie e i figli vengono tutelati con una legislazione che prevede che gli alimenti siano adeguati a mantenere il livello di vita simile a quello avuto fino al momento del divorzio. In Russia, pur esistendo codici e leggi del diritto che assicurano un tenore di vita adeguato, spesso non c'è abbastanza determinazione nell'affrontare la questione; inoltre, gli stipendi effettivamente dichiarati sono talmente bassi, che il calcolo per determinare il congruo ammontare degli alimenti diventa irrisorio. In una situazione del genere diventa estremamente importante l'apporto dei nonni, che contribuiscono a mantenere saldi i rapporti affettivi, al fine di proteggere i nipoti, ma anche al sostentamento economico del nucleo diventato monoparentale.

Un altro aspetto importante da considerare, se parliamo di famiglia russa, è l'inclusione degli amici all'interno dei legami significativi della famiglia stessa. Quando ci viene aperta la porta di casa vuol dire che si può considerarla un po' anche come casa nostra. I russi, in qualità di amici sono estremamente generosi, ma si aspettano altrettanto dagli italiani.

4 Dati riferibili al mese di agosto 2016, tratti dal sito della *Federal'naja služba gosudarstvennoi statistiki* (<http://www.gks.ru>, 2016-10-14).

3.6 Problemi comunicativi legati al mondo metaforico

L'aspetto, forse, più intrigante delle metafore e del loro impiego è che, nella maggior parte dei casi, non ne siamo consapevoli, ma vi facciamo ricorso senza considerarle, evidentemente, un tratto importante nella nostra cultura di derivazione. La maggior parte delle persone è convinta che la metafora sia un elemento caratteristico solo del linguaggio poetico o della retorica, relegato non solo ad un aspetto linguistico di alto registro, ma assolutamente distante dalle azioni e dalla vita quotidiana. In realtà, le metafore hanno una natura pervasiva in tutti gli aspetti del vivere, sia a livello concettuale che di comportamento (Lakoff, Johnson 1980).

Il nostro sistema concettuale e di pensiero influenza in modo determinante non solo il nostro stare al mondo, ma anche il modo in cui ci rapportiamo agli altri ed è contraddistinto da una natura fortemente metaforica, la quale è responsabile di produrre quelle stesse metafore che vengono rese esplicite attraverso il linguaggio.

Sia negli italiani che nei russi la direzione del sistema concettuale è definita da un andamento in senso verticale. Tutto ciò che è positivo, piacevole, divertente è collocato in alto; tutto ciò che è negativo e spiacevole verso il basso. Questa propensione è in grado di influenzare, quindi, il nostro umore, i nostri comportamenti e le nostre abitudini. Allo stesso modo, la ricchezza determina riconoscimento e status verso l'alto, una condizione di indigenza va nel senso opposto.

In un paese in cui, per motivi geografici e climatici, si devono fare i conti con una natura spesso ostile, si bada all'utilità delle cose, più che al loro valore estetico. I concetti di bello e brutto assumono, più spesso, una connotazione 'buona' o 'cattiva'. Il tempo atmosferico non è 'brutto', ma 'cattivo' (*plokhaja pogoda*).

Nel paese, un tempo, degli stacanovisti, il lavoro intenso è quello del 'cavallo' (*rabotat' kak lošad'*), e dopo tanto fare, se si è stanchi si dorme come uno che è stato 'ammazzato' (*spat' kak ubityj*). Il mondo animale è molto presente nell'uso linguistico metaforico e delle similitudini, ma anche di quello folclorico e rimanda alle caratteristiche peculiari degli animali. Una persona che canta bene lo fa come un 'usignolo' (*pet' kak solovej*), ma se mangia tanto, in modo scomposto e poco manierato è come un 'maiale' (*est' kak svin'ja*). La nostra 'mosca bianca' in Russia è una 'cornacchia bianca' (*belaja vorona*) e se si scrive male lo si fa come le 'zampe di gallina' (*pisat' kak kurica lapoj*).

Nello scambio e nell'interazione con una cultura diversa dalla nostra, la varietà metaforica della comunicazione dovrebbe sempre essere interpretata come un elemento arricchente anche qualora il significato necessiti di una spiegazione per essere compreso appieno, altrimenti si corre il rischio di innalzare barriere comunicative.

3.7 Problemi culturali legati alla sessualità

In molte culture, parlare o anche solo accennare in pubblico a questioni legate alla sfera intima e sessuale costituisce un argomento tabuizzato. In altre è consentito anche se con qualche accortezza per senso del pudore o per non offendere la dignità personale o altrui.

Il rapporto che i russi hanno con la sessualità, compresa la sfera delle emozioni e delle sensazioni, non è simile a quello italiano e può quindi essere mal interpretato. Il corteggiamento, che suggella l'inizio di un rapporto a due avviene in maniera poco romantica e sbrigativa. Le donne, in molti casi rappresentano soltanto un 'trofeo' da ostentare. Questo sarebbe uno dei motivi per cui l'uomo italiano, o comunque latino, viene visto come l'epitome del corteggiatore per eccellenza.

Le donne non sono abituate ad essere guardate da un uomo senza un fine sessuale. Inoltre, molte di loro non hanno maturato un rapporto sano con la propria sessualità anche a causa della mancanza di un'educazione adeguata sia da parte della scuola, sia della famiglia. Abbiamo, infatti, accennato al fatto che molte ragazze vengano 'spinte', in qualche modo, a sposarsi giovani per non superare l'età in cui si viene considerate non più adatte. Ciò accade in particolar modo negli ambienti rurali, caratterizzati dalla sopravvivenza di modelli culturali e valoriali antiquati e pregiudizievole. Nelle grandi città le donne sono molto più libere e disinvolute nel vivere la loro sessualità, grazie anche al fatto di potersi mantenere grazie al proprio lavoro.

All'interno della società russa non si parla di sesso se non in determinate occasioni, come ad esempio nelle rimpatriate fra amici uomini alla *banja* o nelle confessioni più intime tra amiche. Non è un argomento di discussione tra uomini e donne.

Tuttavia, anche se può sembrare un paradosso, la conclamata capacità inquisitoria dei russi fa sì che sul luogo di lavoro tutti siano a conoscenza dei particolari della vita privata dei colleghi. In qualche modo, nessuno ne parla, ma tutti lo sanno. Si tratta, ancora una volta, delle caratteristiche del carattere russo: dire le cose raccomandandosi di non rivelarle ad anima viva diventa un veicolo di diffusione formidabile.

3.8 Problemi comunicativi legati alla sfera religiosa

Per i russi la religione è un valore privato, legato all'individuo. Dopo i lunghi decenni dell'ateismo comunista (anche se ufficialmente nel paese era consentita la libertà di culto, ma la storia sa bene che non è così), la Chiesa ortodossa, non distante dal potere politico, si è ricavata una posizione di tutto rilievo. Al contrario, nei confronti dei musulmani, viste le attuali vicende legate al terrorismo, c'è un po' di diffidenza. Non bisogna dimen-

ticare, tuttavia, che l'Islam è la seconda religione del paese per numero di praticanti. Si tratta, quindi, di una realtà interna e che interessa vasti strati della popolazione. Negli ultimi anni c'è stata una forte adesione al buddismo e ai riti di origine orientale, a cui si uniscono la meditazione e la ricerca di spiritualità.

A differenza dell'Italia, nella quale molti si professano cattolici, ma magari praticanti occasionali, in Russia i credenti ortodossi seguono con coerenza i dettami indicati da loro credo.

Nella comunicazione interculturale, quindi, la religione ha un ruolo ascritto alla sfera personale. Non è un argomento di cui si parla con persone che si conoscono poco, ma se dovesse succedere che un russo ci faccia domande specifiche, allora il comportamento più corretto da tenere è quello di mostrare disponibilità nel rispondere ad eventuali domande sul cattolicesimo, sul Papa, sul Vaticano, per appagare la sete di sapere del nostro interlocutore. Tuttavia, non verranno mai rivolte domande di carattere troppo profondo.

3.9 Problemi interculturali legati all'idea di conoscenza

Per i russi l'idea di conoscenza è tradizionalmente di tipo nozionistico, a partire dal sistema educativo, che predilige insegnamenti in cui viene lasciato molto spazio al nozionismo, piuttosto che alla scoperta e alla ricerca di soluzioni creative. Tuttavia, il livello di istruzione è alto, anche tra le generazioni oggi mature. È raro trovare persone che non posseggano un diploma di laurea, soprattutto di tipo tecnico-scientifico, al quale si affianchi la conoscenza della musica o dell'arte.

Il sistema scolastico è basato su una forte competitività, che spinge, però, verso l'acquisizione di saperi e di un bagaglio culturale fatto di preparazione disciplinare, non di competenze.

In ambito lavorativo, per ovvi motivi, si ha lo stesso tipo di approccio. La totalità degli informant italiani ha ammesso che è impossibile chiedere ad un russo se ha capito il compito da svolgere o se ha delle domande da porre, perché la risposta è invariabilmente positiva, salvo poi accorgersi che non è così. È necessario ricorrere a strategie di ripetizione o di dimostrazione, che in maniera indiretta ribadiscano il *task* assegnato o richiesto.

Affermare di non aver capito equivale a dichiarare la propria incapacità, significa 'perdere la faccia', sia davanti ad un superiore, che a un parigrado.

Nel caso in cui risulti evidente la mancata comprensione, di solito, si ricorre a qualche giustificazione che possa coinvolgere o un altro collega, la mancanza di tempo, l'interruzione, il cattivo funzionamento di uno strumento di lavoro e così via.

3.10 Peculiarità culturali utili per la comunicazione interculturale

La cultura russa è un immenso patrimonio fatto di valori, di principi, di ideali, di patriottismo, ma anche di leggende, di folclore, di spiritualità, di un legame forte con la natura, la geografia e l'idrografia del paese. Anche il passato ha un peso notevole, di qualunque epoca, quasi come se le varie età si fossero sedimentate l'una sull'altra, tramandateci dalle innumerevoli e antiche storie russe (Pavlovskaja 2003). Eroi che hanno forgiato l'idea di un passato travagliato, ma glorioso e l'idea del carattere nazionale: resistente, in grado di sopportare avversità, fiero fino a sfociare nel nazionalismo più puro quando si parla della salvaguarda del paese.

Si dice che la Russia sia caratterizzata da una visione duale della realtà, che spesso la riporta a vivere fasi storiche differenti, ma caratterizzate dagli stessi elementi di fondo e che le grandi spinte innovatrici partano sempre dall'alto e mai dal basso. Basti pensare ai regni di Pietro il Grande, Caterina II o a Lenin e alla Rivoluzione Bolscevica.

Ciò si riflette, nel modo di pensare e di interpretare il mondo, o nelle relazioni interpersonali.

Alcuni esempi significativi: i russi mostrano un atteggiamento diffidente con chi non conoscono, ma sono anche capaci di grandi e di inaspettate aperture, dopo aver superato iniziali timori dovuti più a un comportamento di difesa che a una reale avversione per il diverso da sé. Sanno essere generosi e sono sempre pronti ad aiutare in caso di bisogno senza pretendere nulla in cambio, ma possono anche andare per la loro strada facendo finta di nulla. Dipende molto dal contesto. Mosca ha tempi e ritmi caotici e ci si sofferma meno sulle singole situazioni. In luoghi più raccolti o isolati, l'aiuto e il supporto reciproco sono aspetti ordinari del vivere comune.

Se considerano una persona un amico non c'è limite all'accoglienza e all'inclusione nella loro sfera familiare, ma si aspettano di essere considerati allo stesso modo. Se così non dovesse essere, il rapporto smette di avere valore e cessa. Sono persone suscettibili, che nei rapporti umani danno molto, ma che caricano anche di aspettative. È un bell'impegno portare avanti un'amicizia, ma spesso sono rapporti che durano per decenni. Come vedremo tra poco, ci sono diversi termini linguistici per riferirsi al grado di conoscenza o di amicizia che si ha con una persona, mentre per noi italiani il ricorso alla parola 'amico' è più generalizzato e, spesso, superficiale. Questo nostro tratto è stato ben messo in luce dagli informant, i quali hanno tenuto a precisare che nonostante la solarità del carattere e la professata disponibilità non è facile instaurare con gli italiani veri e sinceri rapporti d'amicizia. Naturalmente, l'amicizia è intesa secondo la visione russa; si tratta di un rapporto totalizzante, onesto, diretto e sul quale avere la certezza di poter contare sempre.

I russi possono essere critici o fare dello *humor* nei confronti dei loro politici, ma si offendono se uno straniero si permette di fare lo stesso. All'interno di questa congerie culturale e umana, alcuni aspetti distintivi da tenere in particolare considerazione nella comunicazione interculturale, al fine di superare divergenti vedute, malintesi e brutte figure sono: gli stereotipi, la superstizione, il concetto di amicizia. I più insidiosi sono gli stereotipi, i luoghi comuni, le generalizzazioni che, purtroppo, hanno radici profonde e contraddistinguono tutte le culture. La superstizione, contrariamente a quanto si potrebbe pensare, è un elemento caratterizzante della cultura russa. Arriva dal folclore, da credenze antiche ma che si tramandano senza sosta.

Infine, all'interno delle peculiarità valoriali che possono facilitare la comunicazione interculturale si è deciso di inserire anche il concetto di amicizia, per la particolarità con cui i rapporti amicali vengono interpretati, non solo fra russi stessi, ma anche nei confronti degli stranieri.

3.10.1 La superstizione

La superstizione russa di ieri e di oggi deriva, in gran parte, da credenze e rituali mistici, da pratiche magiche legate alla volontà di sfuggire dalle forze malefiche o dal cercare di renderle propizie, conquistandone la benevolenza. Molto diffusa anche l'interpretazione dei segni degli elementi naturali, intrisi di significati premonitori, sia positivi che negativi.

L'odierna superstizione si allarga fino a lambire molti aspetti, fatti e avvenimenti del vivere. Per cominciare, nella quasi totalità delle case c'è una riproduzione di un *domovoj*, divinità minore della mitologia slava e protettore benevolo della casa, che si nascondeva dietro alla stufa o negli angoli più segreti.

L'aglio che un tempo era presente in tutte le case di campagna, appeso in corone ai soffitti, serviva per tenere lontano i vampiri, il malocchio e le paure notturne. A scongiurare il malocchio o la 'iella' ci pensano anche gli amuleti a forma di ferro di cavallo, i cestini con le monete e le scope scacciaguai.

Il gesto scaramantico per evitare la sfortuna è quello di toccare il legno, mentre per noi è il toccare ferro.

In Russia il numero tredici porta sfortuna, così come avere tredici ospiti, quindi o si invita il quattordicesimo, oppure si apparecchia un posto che rimane vuoto. Sempre a tavola, mai lasciare bottiglie vuote, né versare da bere puntando in fondo della bottiglia verso di sé, altrimenti la sfortuna sarà assicurata. Rovesciare il sale sul tavolo è un brutto presagio di discordia in famiglia. Stessa cosa se si incontra una donna con dei secchi vuoti (ormai solo nelle campagne ed è un segno di sventura che si ricollega ai tempi delle carestie, delle invasioni, dei conflitti armati). Così come non si dovrebbe mai buttare via il pane, presagio di carenza di cibo.

In casa non si deve fischiare, altrimenti si avranno problemi di tipo economico. Né bisogna fischiare in luoghi chiusi perché porta sfortuna. Se cade un coltello per terra significa che presto si riceverà la visita di un uomo, se cade un cucchiaino, al contrario, di una donna, visto che 'cucchiaino' è di genere femminile.

Non ci si saluta né si rimane a chiacchierare sulla soglia. In tempi molto remoti vi era l'uso di conservare le ceneri dei propri congiunti proprio sotto di essa. È il punto di demarcazione tra i due mondi: quello dei vivi e quello dei morti. Direttamente collegato a questa credenza vi è il fatto che se si è già usciti di casa e ci si accorge di aver dimenticato qualcosa, non bisogna rientrare a prenderlo ma occorre farsi passare l'oggetto da qualcuno. La soglia, infatti, rappresenta la volontà di qualche entità ultraterrena che mira a entrare nel nostro mondo. Nel caso in cui nessuno possa aiutarci, dopo essere rientrati in casa dovremo guardarci allo specchio per rimandare indietro, attraverso il riflesso di noi stessi, chi ci ha fuorviato e indebolito.

Regali come coltelli, orologi e fazzoletti non sono troppo ben accetti. Si ritiene, infatti, che gli oggetti appuntiti e taglienti siano un rifugio per gli spiriti maligni e trasmettano un'energia negativa. Si dice che un fazzoletto porti lacrime a chi lo riceve, così come regalare perle alle spose, cosa che invece, in Italia, non è infrequente come regalo di nozze. L'orologio porta con sé un presagio di separazione.

Per fortuna, anche se in minoranza non mancano le mistiche propiziatriche. Da studenti, prima di un esame inserire nella scarpa una moneta da cinque rubli porta molto bene, poiché corrisponde al massimo del voto a cui si può aspirare: il cinque (*pjatërka*).

Non si parte mai per un viaggio senza essersi prima seduti per qualche minuto sulle valigie: è un'azione che si pensa porti fortuna. Pare lo sia anche quando un escremento di volatile piomba inaspettatamente sulla testa di un malcapitato passante, perché simboleggia un'entrata economica.

Vedendo una stella cadente si può esprimere un desiderio, così come quando ci si trova in mezzo a due persone che portano lo stesso nome di battesimo.

3.10.2 L'amicizia

L'amicizia ha, per i russi, un peso determinante nei rapporti e nelle relazioni sociali: non va dimenticato che ciò che rafforza e che, spesso, è elemento decisivo nel sottoscrivere un buon contratto o per concludere un accordo vantaggioso è il rapporto fiduciario con colui che prende le decisioni, che può sfociare in un rapporto privato di conoscenza e di amicizia, fino a livelli molto profondi, attraverso inviti ad eventi conviviali, alla *banja*, alla *dacia*.

In senso più ampio, il rapporto d'amicizia tra le persone si intende come un legame forte, sincero, solidale e basato sul reciproco supporto. Non è

facile stringere un legame di questo tipo con un russo, che inizialmente si mostra molto cauto e ha bisogno di capire se la persona che ha di fronte sarà in grado di non deluderlo. Un tale atteggiamento nasce dal fatto che i russi vivono il rapporto amicale in maniera totalizzante, ma si aspettano che anche dall'altra parte vi sia lo stesso tipo di coinvolgimento. Anche a livello linguistico la distinzione è molto netta: c'è il o la 'conoscente' (*znakomyj, znakomaja*), con cui si hanno legami di familiarità. Può trattarsi di un vicino di casa, di un negoziante, di una qualsiasi persona che si incontra più o meno con regolarità, ma con la quale non c'è nessun tipo di rapporto affettivo, né tantomeno scambio di informazioni private.

C'è poi l' 'amico' o l' 'amica' (*prijatel', prijatel'nica*),⁵ di cui in italiano non c'è corrispondenza più esatta. I due termini si riferiscono a persone considerate all'interno della cerchia amicale, con le quali, tuttavia, il rapporto non del tutto confidenziale.

Infine, l' 'amico vero' (*drug*, da cui il termine amicizia *družba*) è colui che non solo entra a tutti gli effetti a far parte dei legami più stretti e intimi, ma che condivide momenti belli e brutti dell'esistenza. Ad un amico sincero si può chiedere aiuto e supporto di qualsiasi tipo, senza vergognarsi di ammettere di essere in difficoltà. In Russia vale davvero il detto: 'chi trova un amico, trova un tesoro' e la cerchia di amici, solitamente, è costituita da ex compagni di scuola o dell'università, ma anche da parenti, il cui legame si rinsalda ulteriormente, oppure da persone che si possono incontrare durante corsi di lingue, di pittura, di musica. I russi sono un popolo che ama molto l'arte e la musica in genere. Iniziano a studiarle a scuola e continuano ad allenare le loro abilità lungo tutto l'arco della vita. Anche dopo molti anni di interruzione riprendono a dipingere, a disegnare, come forma estetica di espressione personale, raggiungendo, da semplici appassionati, dei risultati mirabili.

5 La traduzione si riferisce a quella fornita dal dizionario russo-italiano/italiano-russo *Il Kovalev minore*, seconda edizione, Zanichelli, 2000.

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

4 Problemi interculturali legati alla lingua

Abstract In Chapter 4 the survey focuses on linguistic, lexical, morphological and sociolinguistic aspects related to the structure of a text. In particular, the elements taken into consideration are the sound of the voice; the speed of speech; the choice of terms or expressions that may embarrass the interlocutors such as asking questions which require a direct negative answer. Furthermore, the hypotactic structure of the texts, in which indirect clauses are related to the main one in a hierarchical order, is considered. The frequent recourse to diminutive nouns, the use of names or epithets, which change depending on the formality or informality of the situation, is also considered. The last part of the chapter focuses on the analysis and the different use of strategies implemented by the speaker, whose double intention could be either getting an 'up' position (order, prevail, disagree) or a 'down' one (propose, encourage, agree).

Sommario 4.1 Problemi di comunicazione legati al suono della lingua. – 4.2 Problemi di comunicazione legati alla scelta delle parole e degli argomenti. – 4.3 Problemi di comunicazione legati alla struttura del testo. – 4.4 Problemi comunicativi di natura sociolinguistica. – 4.5 Problemi pragmatici di comunicazione e mosse comunicative.

Gli aspetti linguistici della comunicazione sono molteplici e rappresentano uno strumento di primaria importanza nel processo di socializzazione e nello sviluppo delle conoscenze di un individuo. Tuttavia, afferma Diadori (2000, 70):

Se cerchiamo di stabilire una gerarchia fra i codici comunicativi scopriamo che il codice verbale non sempre è il principale veicolo di trasmissione dei messaggi: la comprensione di un testo, per esempio, dipende solo parzialmente da ciò che viene letto in maniera esplicita e si basa piuttosto sulla conoscenza del mondo degli interlocutori, sulle relazioni che si possono stabilire fra il contesto e il messaggio stesso, su tutti i significati aggiuntivi che si possono inferire al di là di ciò che appare nel testo di superficie.

Un assunto di questo tipo, così come abbiamo visto anche nel capitolo dedicato ai codici non verbali, pone l'accento sulla connotazione 'olistica' della comunicazione, la cui componente 'paratestuale' costituisce un elemento preponderante all'interno dei reticoli che compongono la comunicazione *tout court*.

Una lingua è costituita da molteplici componenti, e tutte possono provocare problemi interculturali. Il rischio, ancora una volta, è quello di

generare situazioni al limite dell'imbarazzo, del disagio, del venir meno dello scambio di messaggi efficaci, chiari, inequivocabili, sia da parte dell'emittente che del ricevente.

4.1 Problemi di comunicazione legati al suono della lingua

La connotazione sonora della lingua parlata costituisce il primo elemento che viene recepito dall'interlocutore nel momento in cui si trova immerso, per volontà o per caso, in un evento comunicativo. Si tratta di un livello precedente la comprensione.

Anche se la lingua italiana è definita 'la lingua bella', associata al canto, all'opera e alla musica, la marcata vocalità le conferisce un tono sonoro più alto rispetto a quella russa, che risulta più sommessa. Vocalità e tonalità alta, gesti frequenti, mimica facciale accentuata possono dare l'impressione che gli italiani siano sì gente allegra, ma anche 'troppo' espansiva, poco rispettosa della presenza altrui. Il suono può trasformarsi in rumore e diventare fastidioso.

Nell'abito degli affari un tono troppo alto può essere interpretato come la volontà di imporre decisioni e punti di vista univoci oppure come mancanza di argomentazioni pertinenti, sostituite dalla 'forma' verbale, come bilanciamento di lacune sostanziali. Ciò non vuol dire che i russi, da parte loro, mantengano sempre un tono pacato, soprattutto in situazioni in cui ci si trova a ribadire un ruolo o una posizione. Tuttavia, nella vita di tutti i giorni c'è un ambiente molto più silenzioso del nostro.

La velocità dell'eloquio rappresenta un altro ostacolo nella comunicazione interculturale, ma che non si configura sempre come un meccanismo appositamente ricercato per mettere in difficoltà l'interlocutore straniero. Gli informant russi hanno rilevato che gli italiani, spesso, accompagnano il discorso da gesti che hanno l'intenzione di essere esplicativi e da un rallentamento del parlato, dalla ripetizione o riformulazione del concetto (anche se si rischia di aggiungere parole e di invalidare le buone intenzioni). I russi, al contrario, hanno la tendenza a ripetere l'enunciato nello stesso identico modo della prima volta. Di fronte ad una richiesta di moderare l'eloquio non si dimostrano particolarmente collaborativi nello spostare il *focus* dal 'cosa' si dice al 'come' lo si dice.

La sovrapposizione delle voci, il parlarsi sopra e le interruzioni arbitrarie del discorso altrui sono considerati non solo atti di maleducazione e di scortesia, ma potrebbero anche offendere un interlocutore russo, che a quel punto potrebbe mettere fine alla comunicazione (Sternin, Sternina 2005).

L'unica situazione che rappresenta un'eccezione nel mondo russo è data dal ruolo di potere gerarchico del più alto in grado, il quale può permettersi, come forma di esplicitazione della sua posizione, di interrompere, di alzare o sovrapporre la voce con i subordinati.

Gli italiani che, come le culture latine e mediterranee, conservano la tipicità di interrompersi a vicenda e di parlare contemporaneamente sono osservati con un certo grado di ilarità. Tuttavia, il medesimo atteggiamento perpetrato nei confronti di un russo non è tollerato.

4.2 Problemi di comunicazione legati alla scelta delle parole e degli argomenti

Nella comunicazione, a seconda del contesto, degli interlocutori e del registro dello scambio dialogico la scelta degli argomenti e dei termini da usare assume sempre un peso specifico rilevante.

Le principali incomprensioni possono derivare, come anticipato dal titolo del paragrafo, dal lessico e dagli argomenti che si affrontano. In Russia, ad esempio, l'uso di espressioni scurrili non è giustificato in nessuna situazione, soprattutto in presenza di donne e di minori. Per gli italiani, invece, alcuni termini non sono più sentiti così inopportuni e, anche se l'incontro dovesse avvenire tramite una lingua franca, la regola vuole che sia sempre meglio evitare parole volgari tra compatrioti, poiché alcune hanno una riconoscibilità internazionale, veicolata dai telefilm o dalle pellicole cinematografiche.

La lingua russa abbonda di prestiti linguistici, oltre che ad avere una sua ampiezza lessicale. Per secoli è rimasta un idioma soltanto orale, mentre l'aristocrazia usava e soprattutto scriveva in francese, ricalcando poi parole francesi in russo. Oggi, nelle microlingue scientifico-professionali degli affari e dell'informatica l'inglese riveste un ruolo preponderante. Le parole vengono tuttavia traslitterate seguendo le regole della fonetica russa (*fajl, e-mejl, biznes, stejkholders*).

Per quanto concerne, invece, la scelta degli argomenti sono da evitare accuratamente riferimenti alla sfera sessuale, in particolar modo all'omosessualità, un tema assolutamente tabuizzato. È consigliabile non porre mai domande sugli introiti derivanti dal lavoro, sull'andamento della carriera professionale che ha condotto a rivestire posizioni di comando o di prestigio. Non sta bene nemmeno parlare di malattie gravi o croniche perché potrebbero intaccare la suscettibilità della persona, poiché non sappiamo se possa soffrirne o meno. Allo stesso modo, patologie che riguardano le persone diversamente abili (*čelovek s ograničennymi vozmožnostjami*) non sono un tema di cui si discute. Non si vedono persone con disabilità nell'ambiente esterno, fatta eccezione per qualche veterano dei conflitti degli anni Novanta-Duemila. I bambini con deficit fisici o mentali frequentano le scuole speciali e non si vedono giocare all'aperto, ma vengono tenuti rigorosamente nascosti.

La politica è un'altra questione da trattare con molto tatto. Mai fare domande dirette all'interlocutore russo e lasciare, piuttosto, che sia lui

a introdurre l'argomento se lo desidera. Succede molto di rado, ma se dovesse accadere meglio fornire risposte che non contengano giudizi di valore. Al contrario, potrebbe succedere, che possano essere poste domande sulla situazione politica ed economica dell'Italia. I russi, infatti, sono incuriositi da tutto ciò che riguarda il nostro paese e mostrano un vivo interesse nel voler comprendere le dinamiche che governano la vita sociale, culturale e finanziaria. Possono mostrarsi abbastanza inquisitivi. È utile rispondere con garbo, cercando di non alzare troppo i toni e di non apparire troppo emotivi, cercando di non essere molto critici, altrimenti c'è il rischio di passare per persone poco patriottiche, cosa che i russi non apprezzano.

Nella lingua russa i diminutivi sono diffusissimi. Possono essere associati sia agli oggetti che alle persone. Tutto è passibile di 'rimpicciolimento'.

L'intento è prevalentemente affettivo, quando sono rivolti ad amici, parenti e colleghi di lavoro con i quali si ha un certo grado di familiarità. Per gli oggetti, invece, si tratta di una vera e propria connotazione acquisita e sedimentata nel tempo, che pare in netta contrapposizione con le grandezze reali di tutto l'ambiente circostante.

In russo, non necessariamente un diminutivo con il quale ci si riferisce ad una persona porta ad abbreviazioni, come nell'italiano Toni, Checco, Gianni e così via: l'intento è quello di dare dimostrazione di un sentimento affettuoso, di protezione, di confidenza, ma non di accelerare la comunicazione abbreviando i nomi. Anzi, nomi come Kristina o Marina diventano Kristinočka e Marinočka. Marija diventa Marusija, mentre Alla diventa Aločka. Ci sono comunque anche nomi che si accorciano e allora al posto di Aleksandr/Aleksandra si ha Sasha (per entrambi i sessi), per Amalia Alija, per Dmitrij Dima, per Vladimir Vova, oppure Vovčik.

A livello interculturale potrebbe verificarsi qualche incomprensione sull'interpretazione dei nomi propri. Esistono, infatti, nomi di origine slava che vengono utilizzati come nomi di persona anche nel resto del mondo, ma che in realtà sono diminutivi. Per noi Sofia e Sonia sono due nomi distinti. In realtà, il secondo è il diminutivo del primo. Katia (anche nella variante italianizzata Catia) lo è di Ekaterina. Vania, per noi è un nome di donna, mentre in Russia è il diminutivo di Ivan, il nome maschile Giovanni.

4.3 Problemi di comunicazione legati alla struttura del testo

La struttura del testo rappresenta il modo di trasporre il pensiero in una articolazione linguistica organica e funzionale (Balboni 2007a). Poiché ogni lingua ha le sue peculiarità di trasformazione dall'idea astratta al 'testo', si può dire che questo passaggio rappresenta uno degli aspetti linguistici che maggiormente crea difficoltà di comprensione in un contesto interculturale.

Il testo russo è sempre caratterizzato da digressioni, da spiegazioni minuziose, alle quali si uniscono citazioni e rimandi alla tradizione letteraria, che pongono problemi di comprensione per l'italiano che non conosca la cultura russa, problemi che possono anche prendere la forma di irritazione e di sensazione che l'interlocutore russo stia 'menando il can per l'aia'.

La problematica più complessa è dovuta, quindi, alla capacità comprensione dei riferimenti culturali, alla non linearità del testo e soprattutto alle frequenti digressioni. Spesso, in un testo scritto, una seconda lettura consente di focalizzare le differenti parti costitutive e dare un senso compiuto al dipanarsi del discorso, ma nella comunicazione orale la 'confusione testuale' rappresenta uno dei maggiori problemi per un italiano.

4.4 Problemi comunicativi di natura sociolinguistica

I problemi più rilevanti riguardano i registri e in particolare l'uso degli appellativi, dei diminutivi (sia riferiti a nomi propri che a nomi comuni), delle espressioni scurrili. Tutte e tre le categorie possono avere un impatto significativo sull'efficacia della comunicazione interculturale, a meno che non se ne conoscano le chiavi di lettura.

In Russia, l'uso degli appellativi, intesi come antroponomi, cognomi o titoli, segue regole diverse dalle nostre, che allo stesso tempo sono molto precise e rigide. Si tratta di un fenomeno marcatamente culturale che segue i dettami della *political correctness* (Balboni 2007a).

Il modo giusto di rivolgersi a un interlocutore russo è con il nome proprio e con il patronimico, sia per gli uomini che per le donne (ad esempio: Aleksandra Sergeevna, Aleksandr Sergeevič). Il patronimico va declinato al femminile o al maschile a seconda della persona e va usato

- a. quando il contesto è formale;
- b. se il livello di conoscenza è superficiale o la frequentazione è incominciata da poco;
- c. quando l'ambiente è professionale ed è fortemente gerarchizzato;
- d. in segno di rispetto verso un interlocutore anziano.

In contesti interculturali, tuttavia, potrebbe succedere che la persona che si presenta, sapendo che l'uso del patronimico non è una consuetudine nel mondo occidentale, lo faccia indicando solo il nome di battesimo. In genere, le giovani generazioni sono più inclini a ricorrere al solo nome proprio, anche per una questione di praticità: per gli stranieri non è facile pronunciare correttamente i nomi russi e se questi sono affiancati ai patronimici la complicazione aumenta.

Anche in ambiente lavorativo vale la regola di rivolgersi a un superiore con il nome e il patronimico (salvo diversa indicazione del più altro in grado), mentre tra colleghi si usa solo il nome. Qualche volta, in segno di

cameratismo, ma solo tra uomini, si può chiamare qualcuno per cognome. Si tratta comunque di episodi piuttosto rari, nei quali tra le persone c'è molta confidenza.

In ambito scolastico gli insegnanti non vengono chiamati con l'appellativo di 'maestro' o 'maestra', ma sempre e rigorosamente con nome e patronimico. Non esiste la carica di professore nella scuola secondaria, mentre nel mondo accademico sì. Un docente universitario è un professore a tutti gli effetti, ma il titolo viene usato con valore onorifico e solo in occasioni ufficiali.

Con il conseguimento del diploma di laurea non si ottiene il titolo di 'dotto- re', riservato solo a chi esercita la professione di medico. Anche a questa categoria ci si indirizza immancabilmente con il nome e il patronimico.

Per quanto riguarda gli appellativi allocutivi, in riferimento a persone che non si conoscono, da diversi anni a questa parte vengono usati i seguenti: 'ragazzo' e 'ragazza' (*molodoj človek* e *devuška*). Si possono sentire nei discorsi diretti, nelle richieste, nel tentativo di attirare l'attenzione. Anche i camerieri, pur esistendo il corrispettivo vocabolo, vengono chiamati dai clienti dei locali in questa maniera senza che vi sia una corrispondenza, almeno approssimativa, con l'età.

Parolacce, termini offensivi o volgari nella società russa non rientrano nel modo abituale di esprimersi delle persone, come abbiamo già detto, anche in contesto informale e amichevole.

Dal punto di vista lessicale c'è, naturalmente, una varietà molto ben nutrita di termini anche solo a partire da quelli specifici che fanno menzione agli organi sessuali sia maschili, che femminili (sostantivi, aggettivi, verbi). Tuttavia, le parolacce, a livello socioculturale, sono connotate in maniera fortemente negativa, percepite e sentite come espressioni oltraggiose, dispregiative e decontestualizzate, rispetto agli scambi dialogici che si hanno nella vita quotidiana. Già il 'dare dello scemo' a qualcuno (*durak!*), viene spesso ammorbidito tramite il ricorso al diminutivo *duračok* ('scemerello'/'cretinetto').

Parole volgari che da noi, ormai, si sentono anche in televisione durante trasmissioni di intrattenimento o dibattiti politici e che hanno cominciato a perdere molto della loro connotazione negativa sono impensabili per i russi, che ne rimangono fortemente sorpresi.

Le bestemmie, in russo, non esistono. Il ruolo della religione non era e non è, infatti, così determinante da motivare l'esistenza di espressioni sacrileghe rivolte a divinità superiori, santi o martiri.

4.5 Problemi pragmatici di comunicazione e mosse comunicative

Nell'ambito pragmatico della comunicazione, ossia dell'uso contestuale della lingua intesa come azione, vengono individuati gli scopi per i quali la lingua viene utilizzata e in che misura questi ultimi siano pertinenti ed

efficaci nei confronti degli obiettivi comunicativi prefissati. Il contesto, cioè l'insieme dei fattori extralinguistici (sociali, culturali, ambientali, psicologici), influisce, in maniera tutt'altro che marginale, sull'interpretazione dei significati degli atti linguistici formulati.

Tale assunto diventa tanto più vero quando i protagonisti dello scambio provengono da culture diverse. Aumenta, infatti, il pericolo di sconfinare nelle incomprensioni, nell'impossibilità di cogliere esattamente le intenzioni comunicative, poiché sono diverse le 'grammatiche' che regolano la comunicazione (Lobasso, Pavan, Caon 2007).

In un setting interculturale l'interazione, quindi, non è solo basata sui messaggi da trasmettere, quanto piuttosto sulle norme che sottendono a tali confronti. Schmidt (1990), nell'approccio sistemico alla comunicazione,¹ individua una serie di azioni, 'mosse', che portano al risultato finale dello scambio fra interlocutori.

Diverse interpretazioni assegnate da russi e italiani a ciascuna mossa comunicativa possono dare adito a fraintendimenti, che rischiano di compromettere l'efficacia dello scambio pragmatico.

A seconda dello scopo che ogni singola azione intende realizzare vengono individuate le «mosse *up*» e le «mosse *down*» (Balboni 2007a, 100). La direzionalità alto/basso è dovuta al fatto che alcune mirano a supportare chi le compie, facendogli assumere una posizione di controllo, con l'intenzione di avere il sopravvento dell'evento comunicativo. In opposizione, le altre hanno lo scopo di esercitare un effetto distensivo, adottando strategie che riportino la calma tra i parlanti e servano a guadagnare tempo, a stemperare situazioni cariche di aggressività.

Le mosse comunicative, a seconda della cultura di riferimento, presentano una classificazione abbastanza variabile, nel senso che ciò che può identificarsi come azione vincente e preponderante in un contesto può sortire l'effetto assolutamente contrario in un altro. Si ha, quindi, a che fare con elementi piuttosto variabili. Tra la categorizzazione di mosse *up* e *down* ci possono essere anche quelle di natura neutra, cioè che non creano particolari condizioni di conflitto, ma le si deve sempre rapportare alla cultura con la quale ci si interfaccia, poiché la loro valenza è, appunto, mutevole e non costante.

In ogni caso, sono sempre le mosse di attacco (ordinare, riprendere qualcuno pubblicamente, contraddire), a dar vita alle maggiori difficoltà e incomprensioni in ambito comunicativo interculturale.

¹ L'approccio sistemico considera parametri come, ad esempio, le finalità degli atti comunicativi. Si comunica per informare, per chiedere, per avere contatto sociale, per ordinare, imporre. Pone l'attenzione sulle persone che comunicano, con i loro tratti peculiari, il loro ruolo e le modalità di interazione; il contesto nel quale si comunica con le sue regole implicite ed esplicite. Ancora: i linguaggi usati e le loro regole, siano essi verbali e non. Il contenuto delle informazioni trasmesse e la comprensione da essi derivante.

A seguire verranno esposte e analizzate alcune delle mosse che più facilmente sono in grado di sollevare equivoci nell'interazione tra italiani e russi.

a. Riprendere qualcuno.

Nel momento in cui si rimprovera qualcuno ci si sente in una posizione vantaggiosa e di ragione. È inevitabile, quindi, che venga vissuta da chi la compie come mossa *up* e subita da chi la riceve.

A seconda dei contesti culturali il rimprovero può essere argomentato da colui che lo attua attraverso due modalità diverse e contrapposte:

- l'ammonimento ha lo scopo di evidenziare comportamenti errati e non consoni alle regole condivise oppure mira a sottolineare degli errori di esecuzione. In questo caso, si tratta di un'azione comunicativa che ha il preciso scopo di colpire la persona stessa, non solo il suo operato. Nella realtà russa, una simile eventualità, come si vedrà anche in seguito, sortirà l'effetto di una difesa a tutto tondo, accampano motivazioni indipendenti dalla volontà e dalle intenzioni, oppure si assisterà al tentativo di sminuire l'errore. In entrambi i casi il risultato della persona che rimprovera è raggiunto, poiché l'altro accetta implicitamente, proprio in virtù della sua strenua difesa, che le normali condotte non sono state rispettate;
- la manifestazione della propria superiorità. In alcune culture, le reazioni potrebbero essere di asseccamento e di conferma della posizione, di accettazione del rimprovero al quale seguono scuse e atteggiamenti dimessi, in un 'ambito retorico' (Balboni 2007a, 103), nel quale si ammette chiaramente chi gode della posizione più elevata. L'unico caso in cui un russo può accettare una situazione del genere è di fronte ad un superiore il cui potere e prestigio è indiscusso. Naturalmente, si tratta di 'incassare un brutto colpo', purtroppo inevitabile.

b. Ordinare o proporre.

Si tratta di mosse comunicative che rappresentano due facce della stessa medaglia. Ordinare può rivelarsi una mossa insidiosa, tuttavia dipende da chi ne è l'artefice. Nel caso di un superiore la mossa è direttamente collegata alla manifestazione e all'uso del potere derivante dalla gerarchia e da essa confermato. Anche in questo caso, così come il rimprovero, viene silenziosamente accettato da un russo, ma anche da un italiano. Da un parigrado l'ordine non è previsto.

Nel caso in cui l'intento sia quello di bypassare l'azione diretta, pur volendo ottenere gli stessi medesimi risultati dell'impartire un ordine, facendo ricorso alla proposta, il grado di accettabilità aumenta. Ad una prima analisi potrebbe sembrare, infatti, che la proposta sia meno forte dell'ordine. Nella forma lo è sicuramente. Tuttavia,

per un russo una proposta (un 'si potrebbe fare in questo modo'), corrisponde ad una indicazione da seguire, senza l'impetuosità di un ordine che potrebbe essere percepito come una mancanza di rispetto e di fiducia.

c. Esprimere disaccordo.

Esprimere disaccordo, magari in modo diretto, dissentendo in maniera esplicita si configura come una mossa mirata ad ottenere il controllo della situazione. Afferma Balboni (2007a, 102): «sono mosse *up* per eccellenza: le compie chi si ritiene di essere in vantaggio e vuole confermare la sua supremazia oppure chi è in svantaggio per cercare di rovesciare le sorti dell'evento».

In presenza di interlocutori russi la manifestazione diretta del disaccordo crea tensione e predispone negativamente questi ultimi. Di conseguenza, per poter esprimere la propria opinione contraria senza andare incontro a situazioni spiacevoli o problematiche è preferibile non intraprendere azioni troppo aggressive, tali da far sentire la controparte in una posizione di attacco o di sottomissione.

Nella cultura russa, prima di muovere un'obiezione è sempre consigliato introdurre quegli aspetti sui quali entrambe le parti concordano, per poi passare a definire i punti di non concordanza.

A livello linguistico e pragmatico risulta vincente l'uso del condizionale e di allocuzioni che attenuino i toni ed esprimano garbo e rispetto per l'opinione altrui, pur non condividendola. Andrebbe, infatti, sempre ribadito che l'obiezione non è mai indirizzata o rivolta alla persona, quanto piuttosto al contenuto in discussione.

Una soluzione o un diverso punto di vista, se presentati in forma di proposta, anziché di obbligo o di imposizione sono sicuramente più accettati, poiché percepiti come potenziale buon esito dello scambio interlocutorio. Aumenta, infatti, l'eventualità che un suggerimento, anziché un'imposizione, possa risultare manovra vincente nel raggiungere gli scopi prefissati (cf. § 5.5). Inoltre, l'essere troppo espliciti nel rendere noto il proprio disaccordo è interpretato come mancanza di rispetto. In questo caso la regola dello *straight to the point* degli affari non è applicabile.

Gli studi di settore, ma anche le indicazioni dei manuali di management, suggeriscono di adottare la tecnica *yes, but...* (Kuzin 2002b).

d. Interrompere il discorso altrui, sovrapporre la voce.

In un contesto dialogico e di interlocuzione, in special modo se di carattere professionale, interrompere bruscamente chi ha diritto al turno di parola è considerato assolutamente sgarbato e irrispettoso. In Russia, le regole sul rispetto della turnazione degli interventi,

del diritto di replica, del rispetto dei punti all'ordine del giorno sono ferree. Inoltre, sono strettamente legate alla deferenza che si deve avere nei confronti della gerarchia, i cui aspetti piramidali e tassonomici non sono messi in discussione.

Il primo turno di parola spetta di diritto alla persona più alta in grado, che di solito ha anche una funzione di moderatore nel concedere la medesima facoltà a tutti gli altri, a seconda del ruolo e dell'importanza che ciascuno riveste. Solo ad intervento concluso è possibile, dopo che è stato accordato il permesso, intervenire. Di solito, nelle riunioni e nei meeting c'è un tempo dedicato agli interventi e alle riflessioni. Spesso, questa finestra temporale è posta poco prima della fine dell'incontro, in maniera che si possa interagire su qualsiasi punto trattato.

Gli italiani, a differenza dei russi, hanno la tendenza ad interrompere il discorso e a intervenire in modo immediato con un'obiezione, esponendo un diverso punto di vista, oppure offrendo una soluzione alternativa. In apparenza, quindi, si tratta di un'azione comunicativa che porta con sé un carattere negativo. In realtà, è necessario analizzare i motivi per i quali si ritiene non offensivo o lesivo l'atto di intromettersi, fermando il monologo altrui.

Gli italiani, soprattutto in un contesto di gruppo come può essere una riunione di lavoro, un confronto su situazioni problematiche da risolvere, sono caratterizzati da un maggiore senso di collaborazione. Di conseguenza, l'apporto di una riflessione, di un suggerimento è immediato. Questo aspetto non viene debitamente tenuto in considerazione dagli interlocutori russi, che si soffermano solo sul senso di sgradevolezza provocato dall'interruzione. Inoltre, ci considerano persone che, nel lavoro e negli affari, si lasciano prendere troppo dall'emotività. Quest'ultima è considerata, almeno nel contesto che stiamo analizzando, un ulteriore fattore negativo perché le emozioni distolgono l'attenzione e la concentrazione e non consentono di essere completamente razionali nel prendere le decisioni.

La sovrapposizione delle voci è considerata ancora più negativamente dell'interruzione e viene del tutto stigmatizzata. Poiché per gli italiani, al contrario, si tratta di un atto non proprio cortese, ma nemmeno bandito (episodi di questo tipo sono spesso frequenti, anche in presenza di incontri regolati da un moderatore), sarebbe buona prassi ricordare che qualora i nostri interlocutori fossero russi occorre prestare molta attenzione ad una mossa comunicativa di questo genere, che potrebbe rivelarsi altamente dannosa e rischierebbe di compromettere gli esiti dell'interazione.

- e. Verifica dell'avvenuta comprensione.
Soprattutto in ambito lavorativo, la verifica della comprensione è

una mossa che, secondo la categorizzazione presentata, si identifica come mossa *down*.

Verificare che qualcuno abbia compreso le indicazioni o le direttive fornite, consente a chi le ha formulate di occupare una posizione di predominio rispetto a chi le riceve.

Occorre distinguere alcune situazioni. Se la verifica della comprensione è effettuata da un superiore verso un subordinato, allora quest'ultimo sicuramente risponderà di aver compreso tutto chiaramente, indipendentemente dal fatto che sia proprio così. Non è concepibile ammettere apertamente di non aver compreso, poiché si rischierebbe di fare brutta figura, o peggio di 'perdere la faccia'. D'altro canto, non sarebbe ammissibile l'ipotesi della scarsa chiarezza delle consegne da parte del più alto in grado, ma solo l'incapacità di afferrarne il significato da parte del ricevente. In questo caso, entrano in gioco il ruolo e il peso della gerarchia, per quella concezione che vuole che i superiori non sbaglino mai e se anche lo dovessero fare non è possibile farglielo notare.

Lo stesso principio è applicabile in fase di trattativa o di conclusione di un affare con partner stranieri. Da parte di questi ultimi, sarebbe considerata un'offesa chiedere alla controparte russa se tutto è stato compreso o se ci sono aspetti da chiarire.

Un'ottima strategia è quella di cercare di riepilogare, alla fine del confronto, ponendo l'accento sul fatto che si voglia controllare la propria comprensione e non quella altrui.

Per gli italiani, infatti, la stessa mossa comunicativa è considerata neutra. Non c'è il timore di chiedere di ripetere, di riassumere, di elencare nuovamente i concetti principali, né con un superiore, né con un parigrado.

f. Giustificarsi e scusarsi.

Addurre dei motivi che giustifichino comportamenti non consoni alla situazione, mancate o parziali esecuzioni di incarichi, errori commessi nel portare a termine una mansione, è sempre un'azione comunicativa *down*, che pone chi lo fa in una posizione di inferiorità. Compiere l'atto di giustificarsi sottopone il soggetto a rimproveri, critiche e giudizi negativi, che si ripercuotono non solo sul giudizio dato al lavoro svolto, ma sulla persona. Anche in questo caso si profila il rischio di perdere parte del prestigio e della credibilità individuali.

Le reazioni di coloro che si trovano a dover fornire delle giustificazioni possono essere di due tipi:

- cercare di ricondurre sbagli e mancanze commesse a fattori esterni;
- motivare, se l'altra strategia non funziona, cercando di sminuire l'entità dell'errore o del danno provocato.

In un contesto interculturale sarebbe opportuno non giungere mai a situazioni di questo tipo, evitando che tutte le parti coinvolte possano raggiungere un così alto livello di incomprensione tale da compromettere lo scambio interazionale, ma soprattutto la continuazione del rapporto.

Scusarsi apertamente, in molte culture, non è concepibile, non tanto come atto in sé, quanto piuttosto come condizione che pone la persona che si discolpa in una posizione assolutamente subordinata e che mette in luce la debolezza del carattere. Soprattutto nel settore del business, in cui un carattere forte e deciso è una condizione indispensabile, lo scusarsi minerebbe alla base la credibilità della persona e del professionista, data la forte competitività. Di conseguenza, è molto difficile che un russo si scusi, proprio perché, anche di fronte ad una condizione palese di errore o di mancato raggiungimento del *target*, 'perderebbe la faccia'.

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

5 Gli eventi comunicativi

Abstract Chapter 5 is devoted to a series of communicative events, a series of real ‘settings’ made by environment and circumstances in which the interactions among speakers of different languages take place. These interactions involve all aspects of the intercultural communicative model: non-verbal codes, linguistic interactions, cultural values and relational abilities. Actually, intercultural communication occurs in international business meetings or negotiations, happenings, parties, sport and leisure events. In such situations it is extremely significant to know how to help speakers. In Chapter 5 each aspect is credited, in order to provide a useful referring model for efficient interaction inside the intercultural communicative sphere.

Sommario 5.1 Il dialogo in ambito lavorativo. – 5.2 La telefonata. – 5.3 La riunione formale. – 5.4 Il lavoro di gruppo e la presentazione dei risultati. – 5.5 La trattativa. – 5.6 Il monologo pubblico, la conferenza. – 5.7 L’invito. – 5.8 Il relax e lo sport, la *dacia*, la *banja*.

Quest’ultimo capitolo presenta una serie di eventi comunicativi, ossia di momenti di interazione che di per sé rappresentano situazioni comuni, compiute in tutto il mondo con le stesse intenzioni: incontrarsi, mangiare, lavorare, telefonare, concludere accordi, divertirsi. Tuttavia, nell’ambito della comunicazione interculturale queste stesse azioni si basano su modalità differenti, che possono portare a scontri anziché ad incontri.

Durante una conversazione che presume uno scambio di idee o un passaggio di comunicazioni in un setting interculturale, l’elemento più difficile da cogliere è il «meta-messaggio» (Balboni 2007a), che riguarda non tanto il messaggio di per sé nel momento in cui viene percepito acusticamente, quanto piuttosto la sua corretta e inequivocabile comprensione a livello di significato e rispetto a tutte le persone che ascoltano. Nell’atto del colloquiare, di quell’interscambio di opinioni, proposte o richieste è fondamentale che non vi siano dubbi di interpretazione, in special modo rispetto all’esecuzione di compiti complessi, nella stipula di collaborazioni, o di accordi di *partnership*.

Uno degli aspetti più insidiosi nello scambio interculturale con i russi è la possibilità di offendere i nostri interlocutori, e come abbiamo detto il carattere dei russi presenta un tratto distintivo, ossia la permalosità. Tale connotazione è resa e rafforzata anche a livello linguistico dall’espressione: *on/ona obidel/a menja* (lui/lei mi ha offeso), usata sempre per indicare un atteggiamento, un fatto o un’azione da parte di altri e che si considerano scorretti e lesivi della dignità personale. Nel sentire comune

degli italiani, tuttavia, gli stessi episodi possono non costituire motivo di umiliazione a dimostrazione che ci si muove in un ambito prettamente valoriale e culturale.

5.1 Il dialogo in ambito lavorativo

Gli elementi principali da tenere in considerazione durante un colloquio lavorativo con interlocutori stranieri russi sono i seguenti:

- a. la lingua veicolare.

Si tratta della scelta dell'idioma utilizzato per la comunicazione, in quel particolare evento.

In genere l'oligarchia proprietaria delle grandi compagnie, i CEO e l'*establishment* dei grandi colossi russi dell'estrazione di gas e petrolio o di industria, come Gazprom, Lukoil, Rosneft (a maggioranza di proprietà del governo), sono di nazionalità russa e preferiscono esprimersi nella loro lingua materna. Si ha a che fare con personaggi importanti, noti e influenti che preferiscono parlare il russo con l'intenzione di voler rimarcare la loro posizione e il loro status personale.

In ambiente interculturale, quindi, la presenza di ottimi interpreti, traduttori, assistenti ed esperti di comunicazione, che sappiano non solo la lingua delle parti a confronto ma che abbiano dimestichezza anche con le diversità culturali, diventa un fattore determinante ai fini della comprensione e del buon esito delle contrattazioni;

- b. passaggio dal formale all'informale.

Nel caso in cui venga utilizzato l'inglese come lingua franca, il problema della variazione del registro non si presenta. Mentre usando il russo il passaggio dal 'voi' al 'tu' potrebbe non avvenire mai, oppure in maniera molto lenta. Come in altre culture, anche in quella russa è sempre la persona con il grado o la posizione più alta e più influente a proporre un eventuale spostamento verso l'informalità. In situazioni di collaborazione o partenariato è sempre preferibile lasciare l'iniziativa alla nostra controparte russa sul come e il quando 'accorciare le distanze'. Se preferisce continuare ad essere formale vuol dire che intende basare la comunicazione e il rapporto su un terreno di rispetto e professionalità.

Molti russi, sia tra gli intervistati che non, hanno confessato di non sentirsi a proprio agio quando un superiore si rivolge loro dandogli del 'tu', senza aver espressamente manifestato la reciprocità dell'intenzione. Può accadere che agli uomini venga dato del 'tu' e li si chiami per cognome. Con le donne, invece, si continua, di solito,

a mantenere un rapporto più formale, che non vuole indicare diffidenza, ma rispetto. Tra donne può essere diverso. Capita, infatti, che la persona di sesso femminile che occupa il ruolo più elevato dia del 'tu' ad una collaboratrice e la chiami solo per nome, o nella più classica tradizione russa utilizzi il diminutivo;

- c. come ci si rivolge all'interlocutore.

In ambito formale ci si rivolge sempre all'interlocutore, come forma di rispetto, con nome e patronimico, senza utilizzare titoli o cariche, così come si è soliti fare in Italia. Questi ultimi, a dire il vero, in Russia non vengono utilizzati né in ambito lavorativo, né accademico;

- d. le interruzioni.

Durante situazioni di dialogo in luoghi di lavoro le interruzioni non sono mai ammesse. È considerato irrispettoso e offensivo interrompere la persona che sta parlando ed è sintomo di scarsa attenzione verso quanto sta dicendo. Eventuali domande, perplessità o opinioni contrarie vanno espresse dopo la fine del discorso di chi, in quel momento, ha diritto di parola. Nel caso in cui lo si faccia si può essere pesantemente redarguiti.

Non è infrequente che i russi, in simili contesti, prendano appunti durante gli interventi dei colleghi per non dimenticare eventuali passaggi sui quali intendano chiedere delucidazioni o aggiungere un proprio parere o una obiezione. Qualsiasi argomentazione contraria o puntualizzante deve essere posta in maniera breve, chiara e concisa, poiché i russi non amano essere contraddetti. Per questo motivo la presentazione di un discorso tende ad avere toni decisi e convincenti, in maniera da lasciare poco spazio per l'espressione del dissenso (Pavlovskaja 2003).

Per gli italiani l'atto di interrompere, invece, è regolato da vincoli meno rigidi. Spesso si approfitta di una pausa della persona che sta parlando per introdursi nella conversazione, finendo per richiamare ulteriori interventi, dato che a quel punto tutti i presenti si sentono probabilmente in diritto di potersi esprimere.

Il rischio è quello di allungare oltremodo la conversazione perdendo di vista o l'ordine del giorno o il tempo disponibile. Per i russi si tratta di episodi poco graditi e ancor meno tollerati;

- e. i turni di parola.

I turni di parola devono essere rispettati. I motivi sono i medesimi di quelli adottati per le interruzioni del discorso altrui: rispetto e attenzione per il parlante e considerazione per ciò che sta dicendo. In una riunione o in un incontro è sempre la persona più alta in grado a prendere la parola per prima. Anche in questo caso viene confer-

mata la struttura gerarchica. Gli interventi sono spesso introdotti da poche frasi di apertura, per poi passare subito al 'cuore del discorso'. Su questo punto, le opinioni degli informant russi e italiani sono lievemente discordanti. Non tanto sul rispetto del turno di parola, ma per non 'perdere la faccia', nel caso in cui un superiore dovesse ricorrere a qualche ammonimento diretto e severo davanti a tutti i partecipanti.

Le testimonianze di alcuni informatori italiani che da tempo lavorano in Russia evidenziano che, se la riunione è costituita da un numero abbastanza ampio di partecipanti (una quindicina o più), si verifica quel fenomeno che dà vita alla creazione di piccoli gruppi che parlottano e commentano tra di loro, qualificandosi come elementi disturbatori. Altro elemento notato è stato il fatto che le suonerie dei cellulari non sono tutte in modalità silenziosa, quindi ci sono spesso trilli di vario tipo che interferiscono e distolgono l'attenzione dei partecipanti;

f. i silenzi.

Nella comunicazione i silenzi sono raramente consentiti: le pause, soprattutto se lunghe, assumono per i russi una valenza completamente negativa, che ricade sul giudizio che viene formulato sulla persona (Sternin, Sternina 2005).

Colui che tace in un contesto nel quale è necessario parlare ed esprimersi viene considerato comunque con un'accezione pregiudizievole. Potrebbe passare per una persona poco sincera che vuole celare qualcosa, o che 'ascolta' per poi riportare a qualcun altro. Dopo più di venticinque anni dalla dissoluzione dell'Unione Sovietica, nel sentire comune non è scomparso il timore di essere controllati o che le conversazioni possano essere captate, anche attraverso il telefono. Una pausa durante un discorso potrebbe, inoltre, stare a indicare una scarsa preparazione, la mancanza di convinzione o essere un segno di debolezza.

In sede di contrattazione, soprattutto se con un potenziale partner straniero, il silenzio potrebbe essere considerato come mancanza di interesse o di insufficiente qualità del lavoro preliminare effettuato per raggiungere le fasi finali (Pavlovskaja 2003). In questo frangente, l'esito dell'affare potrebbe essere compromesso ancor prima di averlo proposto completamente. In un caso ancora più estremo, i silenzi protratti possono destare il sospetto che l'investimento non sia conveniente o che nasconda qualche insidia apparentemente non visibile. I russi ritirano immediatamente la loro fiducia e la riuscita di un'intesa è fortemente compromessa, se non addirittura nulla.

Tuttavia, anche l'atteggiamento contrario, ossia il ricorrere a discorsi troppo articolati, con lunghe introduzioni, periodi generici,

divagazioni ed esempi rischiano di ottenere i medesimi effetti. È risaputo che gli italiani sono emotivi da un lato (nell'emotività o passionalità va inclusa anche la gesticolazione e la mimica facciale) e poco sintetici dall'altro e questi tratti vengono perlopiù tollerati, ma non se sono ripetitivi e troppo ricorrenti.

5.2 La telefonata

Ai russi piace parlare al telefono. Le conversazioni, ad esclusione di quelle d'affari, trattano degli argomenti più disparati: si può parlare di lavoro da casa e di cose private anche dal luogo di lavoro. A Mosca, inoltre, la copertura Wi-Fi gratuita è presente in moltissime zone all'aperto e in tutti i locali.

Al telefono, così come *de visu*, i russi sono abbastanza inquisitori. Al contrario di quello che la loro apparenza composta e distaccata può far pensare, hanno la propensione a chiedere molte informazioni al proprio interlocutore, sia legate alla professione che alla vita privata (Sternin, Sternina 2005).

La telefonata di un italiano incomincia normalmente con i saluti e con formule di apertura che gli informant russi hanno definito espressioni di 'eccessiva gentilezza'. Servono come introduzione, prima di passare ai reali motivi della chiamata. In qualche modo, noi italiani, abbiamo bisogno di una premessa prima di introdurre le nostre richieste. Il ricevente russo, al contrario, non sente la necessità di questo preambolo e lo considera come una grossa perdita di tempo.

Nel caso di chiamate formali la modalità tende a rimanere la medesima, anche se con dei convenevoli un po' più contenuti. Per noi si tratta di una questione di buona educazione, oltre che di una modello acquisito dalla nostra cultura di provenienza.

Nell'ambiente di lavoro, quando si ha a che fare con i russi, il preludio al reale argomento di discussione è poco tollerato. Lo si interpreta come un modo per allontanarsi dal reale motivo della telefonata. Il non arrivare subito al punto è visto non tanto come un gesto garbato, quanto piuttosto come un sinonimo di insicurezza, emotività o peggio di inaffidabilità. Un po', purtroppo, gli italiani si portano dietro l'etichetta di essere degli ottimi oratori, che in qualche caso 'vendono fumo'.

La chiusura della chiamata, alla stessa stregua, rispetta le regole del commiato, con i ringraziamenti per le informazioni ricevute, per il tempo dedicato e così via.

L'aggettivo che gli intervistati russi hanno ripetuto maggiormente per definire gli italiani al telefono è stato 'logorroici'.

Le formule di apertura utilizzate dai russi sono quindi molto scarse. Ci si limita al saluto e all'uso di espressioni come, ad esempio: 'Ascolta/ascolti', 'La questione è...', al più classico 'Puoi/può parlare?'. Le ragioni della

chiamata non vengono mai anticipate al personale subalterno e, spesso, di fronte a una richiesta specifica da parte di quest'ultimo si incontra reticenza. Se la persona cercata non è presente o non è disponibile, solitamente, si preferisce richiamare senza lasciare messaggi.

L'introduzione dei motivi della chiamata è comunque sempre pressoché immediato. A seconda dei casi, potrebbe esserci o meno un breve prologo che descrive la situazione e che anticipa la richiesta, ma solo in situazioni problematiche o del tutto nuove per il ricevente.

È importante ricordare che i russi non concludono mai accordi veri e propri al telefono.

Le formule di chiusura non vengono praticamente usate.

Nelle comunicazioni telefoniche tra parenti, amici e buoni conoscenti i russi non disdegnano le lunghe conversazioni perché in molti casi sostituiscono le classiche 'quattro chiacchiere', quando distanze e impegni reciproci non consentono di incontrarsi personalmente. Nelle conversazioni, solitamente, si parla di tutto, anche di argomenti privati.

Gli orari in cui i russi possono telefonare, se non conosciamo almeno un po' le loro abitudini, possono lasciare perplessi gli italiani. La giornata lavorativa, come si è già detto, inizia più tardi rispetto alla nostra e per ovvie ragioni termina anche più tardi. Di conseguenza, ricevere una telefonata alle undici di sera o anche più tardi è un fatto normale, mentre non lo è chiamare alle otto del mattino, a meno che non vi sia un motivo urgente.

5.3 La riunione formale

In un incontro formale con i russi la prima cosa che colpisce è il gran numero di persone che vi partecipano e il cui ruolo gerarchico non è sempre ben individuabile ed esplicito agli occhi di uno straniero. Spesso accade che la divisione dei ruoli sia molto circoscritta e risulti difficile comprendere chi fa cosa, soprattutto se si ha a che fare con enti statali.

L'eccezione è rappresentata da chi ricopre la carica più alta, che si riconosce dalla posizione centrale che occupa al tavolo delle trattative, per la deferenza da parte dell'*entourage*, per il fatto che prende la parola per primo.

Le riunioni solitamente iniziano in maniera pragmatica. Si rispetta l'ordine del giorno ed eventuali divagazioni o problematiche inattese vengono rimandate ad un'altra seduta, prevalentemente per tre motivi:

- a. evitare di invadere lo spazio decisionale e dialogico altrui;
- b. non rischiare di fare la figura degli incompetenti;
- c. il rispetto dei tempi previsti.

I russi affermano di essere orientati alla concretezza e al risultato. Le difficoltà che maggiormente incontrano con gli italiani sono le circollocuzioni e i lunghi preamboli. Ad esempio, è inconcepibile per loro che le riunioni

possano durare ore e ore, che non venga rispettato l'ordine del giorno, che i discorsi si allontanano dai temi portanti. L'essere prolissi, la vaghezza degli interventi, tempi prolungati nel prendere decisioni possono generare l'impressione che non si abbiano le idee chiare o, peggio ancora, che i potenziali accordi nascondano degli aspetti poco chiari.

Gli italiani, dal canto loro, ribadiscono che nelle riunioni tendono a crearsi sottogruppi di persone i cui commenti interferiscono con l'atmosfera generale. C'è la tendenza diffusa, come abbiamo detto sopra, a tenere il cellulare con la suoneria attivata e non in modalità silenziosa.

Nelle organizzazioni russe spesso esistono delle 'figure-chiave', come ad esempio l'assistente del Direttore o qualche vicario che sono molti vicini alla persona che comanda e possono costituire un validissimo tramite con i vertici. Potrebbe, inoltre, esistere una sorta di 'doppia gerarchia', di difficile individuazione per un possibile investitore straniero. In sede di riunione, infatti, potrebbe succedere che la persona che presiede in qualità di referente non abbia, in realtà, il potere dell'ultima parola. Ciò comporta non solo la necessità di ulteriori incontri, ma anche la possibilità concreta di non capire come stiano andando le contrattazioni. In situazioni di questo tipo c'è, comunque, un responsabile preposto all'organizzazione dell'evento e che ne cura i particolari, dall'ordine del giorno, ai turni di parola, ai tempi.

Un momento importante è rappresentato dallo scambio dei biglietti da visita, che non ha implicazioni così profonde come nelle culture orientali, nelle quali ci si aspetta che venga riposto nel taschino della giacca, vicino al cuore in segno di sincerità (Balboni 2007a), ma consente di ricordare nomi, patronimici e cariche. Per praticità, di solito, vengono stampati da entrambi i lati, ma la corretta etichetta vorrebbe il doppio biglietto: quello in caratteri cirillici e quello in caratteri latini, di solito con traslitterazione inglese (la più diffusa). Il retro vuoto del biglietto dà la possibilità che questo venga personalizzato, con l'aggiunta di informazioni ulteriori o contatti privati. L'ottenimento di tali indicazioni è sicuramente un segnale esplicito di apertura e buona disposizione nei confronti dell'interlocutore.

L'ambiente degli affari e degli scambi commerciali risente molto dell'influenza dei modelli europei ed è fortemente anglicizzato a livello di lessico e di nomenclatura. Tuttavia, continua a conservare alcuni tratti caratteristici e distintivi della cultura di derivazione. Ad esempio, può capitare che in una riunione mista i russi si mostrino ben disposti verso un approccio più semplice e meno formale. L'eventuale uso dell'inglese come lingua veicolare e l'uso indistinto del pronome *you* aiuta sicuramente ad instaurare un clima più colloquiale e disteso. Tuttavia, l'arrivo o la presenza della massima carica dirigenziale fa sì che vengano ripristinati immediatamente i consueti schemi comportamentali richiesti da situazioni di questo tipo. Il rispetto dei dettami gerarchici ritorna in tutta la sua rigidità.

Un'altra particolarità sulla quale è opportuno soffermarsi è il ricorso all'uso del termine *manager*. Per gli italiani il termine rimanda a un profilo

professionale elevato e con responsabilità e autonomia gestionale all'interno di un'organizzazione. In Russia, la definizione è utilizzata in senso molto ampio e in contesti che per noi non sono pertinenti. Una capo commessa, un impiegato di un ufficio con qualche mansione particolare, la responsabile accoglienza di un salone di bellezza prendono l'appellativo di manager, solo perché hanno qualche responsabilità in più degli altri.

5.4 Il lavoro di gruppo e la presentazione dei risultati

La maggior parte degli informant russi ha affermato con sicurezza che gli italiani sanno lavorare meglio in gruppo rispetto a quanto non facciano loro. Pur con i nostri tratti 'emotivi', che sul lavoro non andrebbero mostrati, siamo capaci di coesione, di spirito di abnegazione, di reciproco sostegno e riusciamo a compartecipare in maniera attiva e costruttiva al lavoro di squadra. Un'altra caratteristica che ci viene riconosciuta è la lungimiranza e la capacità di guardare ai fatti con una visione globale e orientata al risultato. In Russia il lavoro di gruppo non ha connotazioni così ben definite, così come siamo abituati a intenderle in Europa o negli Stati Uniti.

Rispetto alle consuete tre fasi di *storm phase*, di fissazione delle regole e di lavoro vero e proprio (Balboni 2007a, 125-8), l'andamento dei gruppi di lavoro si differenzia per le modalità, per i ruoli e per gli scambi comunicativi.

Nella prima fase, dopo che il responsabile ha dettato le regole e le tempistiche, dovrebbero emergere tra i componenti del gruppo delle figure di leader e di contro-leader, la cui funzione è quella di bilanciamento e regolazione del gruppo. Il primo assume su di sé il ruolo di 'referente' principale, mentre al secondo spetta il compito di proporre alternative o di sondare gli 'umori' dei membri che, inevitabilmente, con tempi lunghi di esecuzione possono alterarsi, creando tensioni e opposizioni.

In Russia c'è una certa refrattarietà ad assumersi incarichi all'interno di un *team*. La responsabilità viene vista come un fardello e non come un'opportunità di crescita. Motivo per cui, se non arrivano disposizioni indiscutibili dall'alto, non c'è quasi mai un tentativo di libera iniziativa o di coordinamento tra i vari elementi del gruppo, in modo che il lavoro prosegua seguendo ritmi sostenibili. Il risultato è che il compito assegnato viene eseguito in prossimità della sua scadenza, con tutte le possibili lacune che comporta portare a termine un lavoro affrettato. La responsabilità di eventuali errori o sviste si cerca di attribuirle alla scarsa partecipazione dei colleghi, perché è legata al timore di 'perdere la faccia'.

Sulla stessa linea di opinione anche gli intervistati di parte italiana, i quali hanno notato che per i colleghi russi è difficile affrontare il *problem solving*, che non ammettono di non aver capito una disposizione e con-

tinuano a dire di sì anche quando non è vero. Hanno bisogno di essere costantemente controllati, perché quando non sanno come proseguire non chiedono, accampano scuse, a volte, davvero poco plausibili.

Non riconoscendo troppa importanza alla crescita professionale e all'avanzamento all'interno di un gruppo è molto facile che si assista a repentine e inaspettate dimissioni con conseguente cambio di azienda, anche per compensi non troppo superiori a quelli già percepiti. Naturalmente, un distinguo va fatto per quelle compagnie, le maggiori del paese, che abbracciano completamente i modelli occidentali e che seguono le regole da noi conosciute.

La presentazione dei risultati, momento fondamentale per la valutazione dei traguardi prefissati, di solito è caratterizzato dall'*understatement*. Non prevale, dunque, la volontà di esplicitare punto per punto le mete raggiunte, ma solo di parlarne in termini positivi, con sicurezza e toni vocali acusticamente forti, che danno maggiore incisività.

5.5 La trattativa

Gli stessi russi sono consapevoli che concludere accordi con loro non è un'impresa facile e le testimonianze degli informant concordano con questo assunto. Sanno di essere persone esigenti, che badano alla concretezza, al ritorno economico - si tratta di affari - e sanno che non si fidano facilmente degli stranieri. Spesso, senza che l'interlocutore lo sappia, viene messo alla prova per verificarne l'affidabilità, il pragmatismo e soprattutto l'onestà. Come più volte si è ribadito i russi sono inizialmente prudenti, ma basano i loro rapporti sociali sulla sincerità e sull'essere diretti (Sternin, Sternina 2005) e si aspettano che gli altri facciano altrettanto. Una stretta di mano, ad esempio, o la parola data hanno un valore vincolante per la buona riuscita di un affare, al di là del farraginoso *iter* burocratico che si dovrà affrontare per dare l'avvio alla collaborazione.

Una trattativa, al pari di una riunione formale, inizia sempre con brevi convenevoli e scarse introduzioni. Prima dell'incontro si definiscono tempi e modi della circostanza e lo svolgimento della trattativa viene moderato da un responsabile. L'avvio spetta alla persona che occupa il grado più alto della piramide gerarchica e l'andamento dell'evento si sviluppa secondo rigidi protocolli che non lasciano spazio all'improvvisazione, né a cambiamenti *in itinere*. Nel caso in cui dovessero insorgere problematiche non previste, per i russi, è preferibile interrompere e fissare un nuovo appuntamento.

L'aspetto che maggiormente differenzia gli italiani dai russi, stando alle riflessioni di questi ultimi, è l'ardore e l'enfasi nel fare affari (che per noi potrebbe essere semplicemente la 'passione' con cui curiamo i nostri interessi professionali). Veniamo sempre considerati persone troppo emotive sia nell'esternazione dei sentimenti che nell'espressione gestuale, mentre

per i russi le emozioni non vanno mai mescolate con il business perché sono un fattore di distrazione e un tratto che evidenzia debolezza di carattere. Occorre, innanzitutto, mostrarsi decisi, sicuri e seri. Le lunghe pause durante l'eloquio vengono considerate come il sintomo di chi non sa il fatto suo e le interruzioni dei discorsi altrui come segno di maleducazione. L'uso di imperativi come il 'voi dovete' va evitato. È preferibile l'impiego del condizionale, del 'sarebbe opportuno che...', poiché espressioni di questo tipo assumono comunque un valore di affermazione.

Nel momento in cui si dovessero muovere critiche e obiezioni è meglio farlo sempre partendo dagli elementi di comunanza, dagli aspetti positivi, per poi passare a quei dettagli o clausole che si vorrebbero modificare. Essere troppo intransigenti viene interpretato come un segno di aggressività, o di scarsa fiducia. Instillare il dubbio che non ci si fidi troppo porta ad una sola risoluzione: l'affare va a monte.

Qualora le trattative fossero andate a buon fine o si profilasse uno sviluppo positivo degli accordi, la rigidità della situazione tende un po' a mitigarsi. Lo scambio di doni, soprattutto se personalizzati è sempre molto ben accetto. Prodotti, oggetti artigianali, accessori *made in Italy* o tipici della regione di provenienza della controparte italiana sono apprezzatissimi e considerati un segno di cortesia e di attenzione. Non sono percepiti come elementi appositamente scelti per facilitare l'esito delle contrattazioni o predisporre favorevolmente i potenziali partner. Possono essere consegnati alla fine dell'incontro.

Bisogna accennare anche al binomio regalo o 'bustarella'. Come abbiamo detto sopra, in ambito professionale e d'affari il dono è sempre ben accolto dai russi. L'essere riconoscenti non ha limiti e a seconda dell'importanza del contratto sottoscritto il dono può essere più o meno di valore: si va dall'oggettistica raffinata, ai vini di ottima annata, alle automobili e oltre.

Negli anni Novanta, quando il settore aveva perso le sue regole e non ne aveva ancora acquisite di nuove, per concludere positivamente un affare era d'uso accordarsi direttamente con il responsabile elargendo quantità più o meno consistenti di denaro. Oggi occorre fare molta attenzione quando si offrono soldi pensando di facilitare il buon esito dell'affare, perché si corre il rischio di passare per professionisti poco onesti.

Ci sono altri tre fattori di importanza rilevante da tener conto durante una trattativa:

- a. accordi e contratti sono sempre preceduti da scambi di e-mail, proposte e bozze preliminari. Inoltre, si prendono contatti con più persone ciascuna con una mansione specifica o responsabile di un aspetto della trattativa. È buona pratica tenere con sé copie delle comunicazioni avvenute, in modo da poter avere facile accesso a informazioni precedentemente fornite. Non si tratta di documenti ufficiali; tuttavia danno l'impressione alla controparte russa che si ha la situazione sotto controllo (Pavlovskaja 2003);

- b. i russi sono poco inclini al compromesso. Si tratta di una vera e propria caratteristica del carattere nazionale (Sternin, Sternina 2005). Nella comunicazione, questo tratto si traduce in un'oratoria sicura e dai toni scanditi, in un atteggiamento fermo e che denota sicurezza di sé. Il ricorso al compromesso è considerato come una mancanza di principi guida, di coerenza e di forza nel sostenere il proprio punto di vista, tanto da arrivare ad essere screditati come persone e come professionisti ('perdere la faccia'). Anche a livello linguistico, il ricorso al temine 'nemico' (*vrag*) è significativo, dal momento che se una persona che non condivide il punto di vista dell'altro non è considerata un competitore, ma un antagonista. Vale il principio: 'o con me o contro di me';
- c. aneddoti, citazioni e battute umoristiche sono molto amati dai russi. Tuttavia, in ambito comunicativo interculturale costituiscono elementi di non facile comprensione, non tanto per il loro significato, quanto piuttosto per l'uso che se ne fa. Per uno straniero non è facile capire quali siano gli argomenti sui quali si possa fare dello spirito e quali, invece, sia meglio evitare. Argomenti tabù, in setting di questa rilevanza, sono: la politica, la sfera religiosa e sessuale, la salute, le patologie e i disturbi psichici, il come si è fatto carriera.

5.6 Il monologo pubblico, la conferenza

La conferenza, tra tutti i possibili eventi comunicativi che coinvolgono il mondo aziendale, accademico, istituzionale e governativo è sicuramente tra i generi comunicativi più diffusi e impiegati. Si tratta di discorsi atti a illustrare progetti, teorie, risultati di ricerca e simili, perlopiù in forma di monologo. Ogni partecipante con diritto di parola lo fa individualmente e con tempi assegnati in partenza. La durata è variabile. Di solito, ci sono uno o più ospiti introdotti da un moderatore e la loro presentazione non dura più di un paio di minuti.

Gli ospiti stranieri, solitamente, sono accolti in maniera formale, cortese e rispettosa. L'uso dei convenevoli, come per altri contesti comunicativi, non è previsto. I complimenti non sono una 'mossa comunicativa' a cui i russi si ricorrono con facilità (Sternin, Sternina 2005). Sono ritenuti una prerogativa più che altro dei rapporti personali, di più rivolti alle donne che non agli uomini. In ambito professionale sono considerati espressioni poco sincere o con un doppio fine.

In genere, durante una conferenza si parla sempre da un luogo 'deputato', ossia da una postazione che ponga l'oratore bene in evidenza rispetto al pubblico presente. Colui che parla può restare in piedi, oppure seduto, ma la cosa importante è conservare una gestualità minima, se non quasi

assente. È consentito leggere i propri interventi, anzi è consigliabile non andare 'a braccio', per evitare digressioni o per non dimenticare passaggi importanti.

L'eloquio deve essere formale, organizzato e conciso. Un tono di voce chiaro e altisonante è gradito. I discorsi schematici che possono essere supportati visivamente da slide su PowerPoint sono la forma più indicata, proprio per la loro sinteticità.

In ambito accademico, la conferenza o il monologo pubblico possono prevedere tempi più lunghi, per dare la possibilità di porre domande e trattandosi di un ambiente frequentato da giovani studenti potrebbe anche essere caratterizzato da una maggiore informalità, ad esempio con l'aggiunta di qualche aneddoto o esperienza personale da parte dei conferenzieri.

5.7 L'invito

Sia gli italiani che i russi sono persone ospitali. Dei primi, la caratteristica è globalmente risaputa. Dei secondi meno, ma abbiamo ampiamente discusso, in queste pagine, della capacità del popolo russo di sapersi avvicinare a culture diverse con curiosità, interesse e volontà di costruire rapporti stabili e improntati al rispetto e alla cordialità. Naturalmente, dopo aver abbandonato quell'atteggiamento guardingo e distaccato che non è affatto disinteresse, ma insicurezza.

Gli inviti che possono essere rivolti a partner, interlocutori, nuove conoscenze o amicizie di nazionalità straniera sono disparati. È possibile omaggiare l'ospite con un invito in un buon ristorante del suo paese di provenienza. Nel nostro caso, poiché nelle grandi città sono presenti ristoranti italiani rinomati, sicuramente si verrà invitati a consumare un pasto in uno di questi locali. È ritenuto il modo più rispettoso di trattare un ospite.

Si prosegue, poi, con la proposta di visitare luoghi tipici russi: la *banja*, la *dacia* e il teatro che ha una grandissima e invidiabile tradizione artistica. A seconda del tipo di ospite, uomo, donna oppure un gruppo misto, gli inviti cambiano e vengono adattati alla persona: per gli uomini sono previsti, oltre alla *banja*, le battute di caccia, i club o i casinò; per le donne si prediligono i musei e le gallerie d'arte, i luoghi dello shopping, il tè.

Il più 'prestigioso' degli inviti è, naturalmente, quello di consumare un pranzo o una cena a casa. Per un russo, infatti, aprire le porte della propria dimora e dare libero accesso alla propria sfera privata è uno dei segnali di stima e di amicizia più grandi e importanti che si possono rivolgere ed è il preludio di un lungo e duraturo rapporto.

Il pranzo e la cena sono considerati i momenti conviviali e di socializzazione per eccellenza. Soprattutto durante un convito in compagnia è risaputo che ai russi (anche se non tutti) hanno la tendenza ad abbondare nel consumo di alcol, non solo di *vodka*. Amano molto sorseggiare durante

i pasti vini francesi o italiani, che vengono serviti in bottiglia o in singoli calici. I vini sudamericani hanno un prezzo più accessibile, quindi la scelta dipende anche dalla disponibilità economica e sempre a quest'ultima è legata la scelta del locale in cui consumare il pasto.

Il pranzo, solitamente è veloce per tutti, sia per coloro che mangiano alla mensa aziendale che per chi ha la possibilità di uscire dal luogo di lavoro. Molto diffusi sono i cosiddetti *business lunch*, che offrono menù semplici a prezzi fissi e sono convenienti. Se in compagnia di partner europei, il pranzo prende un po' più di tempo ed è più affine ai gusti dell'ospite.

Il conto fra colleghi si può dividere, altrimenti lo salda sempre la persona che ha proposto l'invito. Alle donne non è mai permesso pagare.

La colazione dei russi è abbondante soprattutto d'inverno e ricca di carboidrati, proteine e vitamine, in considerazione delle temperature rigide. Di conseguenza il pranzo è abbastanza equilibrato e la cena si consuma presto. C'è la diffusa consuetudine di dire che dopo le sei di sera non si dovrebbe più mangiare per non appesantire lo stomaco. In realtà, non tutti riescono a rispettare questa 'sana' e antica abitudine, perché i ritmi di vita non lo consentono. Tuttavia, anche la cena è un pasto decisamente leggero.

Se si è invitati a pranzo o a cena in un ristorante, l'etichetta vuole che si arrivi in tempo. Tuttavia, in città come Mosca, San Pietroburgo ed altre grandi città, soprattutto se ci sono fenomeni climatici avversi o problemi alla circolazione, previo avvertimento, sono ammessi ritardi anche perché con molta probabilità coinvolgono sia chi invita, sia chi viene invitato.

La scelta del menù è libera, tra quanto proposto. Nei ristoranti stellati c'è sempre il cameriere che suggerisce la pietanza del giorno o il vino più indicato. Come già detto, paga la persona che invita e c'è l'abitudine di lasciare sempre una mancia, che più o meno si aggira tra il cinque e il quindici per cento del conto totale, oppure a discrezione della persona.

Quando l'invito è per un pranzo o una cena a casa, ci sono delle regole di etichetta un po' più precise e vincolanti da rispettare, per non apparire fuori luogo o sgarbati.

È sempre consigliabile presentarsi con un dono: fiori per la padrona di casa, cioccolatini artigianali, un dessert, una bottiglia di vino o di spumante.

La puntualità è d'obbligo, in quanto denota rispetto nei confronti di chi ha formulato l'invito. È compito del padrone di casa accogliere gli ospiti e metterli a proprio agio, mentre spetta alla padrona di casa servire gli invitati, a meno che non vi sia del personale preposto. Le regole da osservare per mantenere un comportamento adeguato a tavola sono simili alle nostre. Si può augurare 'buon appetito' (*prijatnogo appetita*) e, in situazioni intime e non molto formali, fare i complimenti alla cuoca per la bontà del cibo. È consigliabile evitare di poggiare i gomiti sul tavolo e di emettere rumori intestinali, considerati inaccettabili. Le buone maniere vogliono che non si avanzi del cibo nel piatto. Nel caso ci sia qualcosa che non ci piaccia, lo si può rifiutare solo adducendo problemi di intolleranze o

allergie alimentari. Lo stesso vale per le bevande. Dire di essere astemi è una sorta di offesa, ma addurre problemi di salute, confermare l'assunzione di medicine o affermare convinzioni religiose mette al riparo da brutte figure e dal rischio di offendere i padroni di casa.

L'inizio e la fine del pasto non sono definiti da tempi prescritti, così come accade negli Stati Uniti, ma ci si può orientare restando a chiacchierare ancora un po' dopo che si ha terminato di mangiare o quando si viene invitati ad accomodarsi sul divano.

A tavola con i russi si può parlare di molti argomenti. Sicuramente, agli ospiti italiani verranno chieste informazioni non solo sull'Italia, ma anche sulle tradizioni tipiche del luogo o della regione da cui si proviene. I russi sono molto curiosi, ma in un senso positivo, cioè vogliono conoscere aneddoti, storie, usi e costumi del nostro paese, così come i luoghi più indicati per una vacanza al mare, al lago o in montagna. Altri argomenti possono essere i viaggi, lo sport, gli hobby, la letteratura, l'economia, il cibo italiano.

Da evitare, invece argomenti come la politica, a meno che non ci vengano rivolte domande specifiche (ci si può esprimere sulla situazione italiana, ma è sempre bene non fare accenno alla loro - su questo i russi sono molto suscettibili, perché le scelte del governo possono legarsi al patriottismo, al senso di nazionalità o di appartenenza). La stessa regola vale per le malattie, le battute sulla sfera sessuale in presenza di signore, l'omosessualità e l'umorismo che in genere è divertente per noi, ma non altrettanto comprensibile per i russi. Si potrebbero creare momenti d'imbarazzo o di incomunicabilità.

Con le bevande occorre tener presente, oltre a quanto detto finora, che esistono delle convenzioni, legate in parte alla superstizione e in parte ad ataviche convinzioni, le quali indicano che si versi da bere con la mano destra, che non si debba versare la bevanda inclinando il fondo della bottiglia verso di sé e che appena una bottiglia si svuota debba subito essere tolta dalla tavola. Sono tutte credenze legate alla sfortuna. Anche i brindisi soggiacciono a precise regole: non si può iniziare a mangiare prima che venga pronunciato il primo brindisi e ciascuno degli astanti, cominciando dal padrone di casa, dovrebbe pronunciare il proprio con parole di ringraziamento, di cortesia e di riconoscenza.

Nei ricevimenti di gala è il personaggio più in vista e il più influente, colui dal quale proviene l'invito a dichiarare l'apertura del pasto.

In casi rari, in ambienti molto sofisticati e facoltosi può esserci la presenza del 'Maestro delle cerimonie' (*tamada*), incaricato dell'intera organizzazione dell'evento: dall'accoglienza degli ospiti, all'inizio del pasto, all'intrattenimento, ai brindisi, al commiato.

Gli inviti vanno sempre ricambiati, o in un buon ristorante oppure, come segno di eguale accoglienza, quando la controparte russa di cui siamo ospiti verrà o sarà da noi invitata a trovarci in Italia.

Da ultimo, una breve menzione al tè (*čaeplitie*), che viene ritenuto un momento conviviale e di aggregazione. L'arte del tè prevede che venga

preparato all'interno del *samovar*, che però sta cadendo in disuso. Di solito nelle case dei russi c'è ancora, ma solo come elemento decorativo. Sono gli stranieri che lo comprano, come souvenir tipico. Al suo posto si utilizzano i più classici e pratici bollitori elettrici.

I russi bevono tè a qualsiasi ora del giorno, anche durante e dopo i pasti (al posto del caffè), ma soprattutto nei lunghi giorni invernali.

Essere invitati a prendere il tè significa partecipare ad un momento conviviale che ha una durata abbastanza lunga. Non meno di due ore. Al tè si accompagnano dolci, frutta, tartine sia dolci che salate, cioccolatini e i più famosi *bliny*, ovvero le *crêpe*, che possono essere servite semplici con l'aggiunta di miele, confettura oppure ripiene, con farciture dolci o salate.

5.8 Il relax e lo sport, la *dacia*, la *banja*

In Italia, molte località lacustri, collinari o di campagna sono velocemente e comodamente raggiungibili in auto. Il territorio russo, per la sua vastità non consente una altrettanto rapida possibilità di spostamento. Per questo motivo, i luoghi dello sport sono ospitati in ambienti interni: palestre, campi da calcio o da tennis al coperto, piscine. I russi praticano sport regolarmente, soprattutto durante il fine settimana. Amano, inoltre, la pesca e la caccia. D'estate, oltre alla *dacia*, possono trascorrere periodi di svago e relax in prossimità di boschi e foreste, dove sorgono alberghi o strutture d'accoglienza (*dom otdicha*), che consentono uno stretto contatto fra uomo e natura.

La bella stagione, sin dal suo primo apparire, è caratterizzata dalle uscite domenicali nei parchi o nelle svariate aree boschive che circondano la città, alla ricerca di un più stretto legame con la natura. Uno dei modi con cui i russi amano trascorrere i giorni festivi all'aperto sono le grigliate di carne nel giardino della *dacia* o in spazi aperti, come parchi, prati, territori versi che circondano laghetti e stagni, ove non vi sia il divieto di accendere fuochi.

Essere invitati a questi riti è una dimostrazione di rispetto e ammirazione per un italiano, considerato 'familiare'.

Ancor più onore è un invito nella *dacia*.

La *dacia* è uno dei simboli per eccellenza della tradizione russa e del legame con il territorio rurale, la campagna e i suoi frutti. Ogni cittadino che ne abbia la possibilità acquista una *dacia*, se non ne possiede una di famiglia.

Un altro ambiente che rispecchia appieno i valori di fondo e la tradizione russa e che rappresenta un luogo di cura, di interazione sociale, d'incontro e in qualche caso di relax dopo la conclusione di un affare è la *banja*. La *banja* russa tradizionale è una piccola costruzione di legno con tre ambienti: l'entrata, la stanza del vapore e quella in cui è situata la stufa che emana un caldo secco. Si tratta di un bagno caldo di vapore, nel corso del quale ci si massaggia, picchiettando il corpo con foglie e rami di piante

aromatiche, di solito betulla e abete, alternando la permanenza nel luogo caldo con bagni nella neve (come da tradizione) oppure in vasche di acqua fredda. Gli ambienti sono divisi tra uomini e donne e prima, durante e dopo il bagno di vapore ci si può intrattenere in una grande sala dotata di divani e angoli privati, mangiando, bevendo e conversando.

La *banja* di per sé ha una valenza di tipo curativo perché aiuta a depurare la pelle, ma è anche un luogo sociale: è una delle prime proposte che potenziali partner russi possono rivolgere alla controparte italiana, soprattutto se le contrattazioni hanno avuto o stanno avendo un esito positivo. Per i russi è un altro valido modo per saldare rapporti di lavoro, ma su un piano più diretto e personale. Spesso, infatti, come detto, gli affari vengono definiti più dal rapporto che si riesce ad instaurare con la massima carica dell'organizzazione con la quale si tratta, che non con una serie infinita di protocolli, documenti e contratti.

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

Bibliografia di riferimento

- Abercrombie, D. (1968). «Paralanguage» [online]. *International Journal of Language & Communication Disorders*, 3(1), 55-9. URL <http://online-library.wiley.com/doi/10.3109/13682826809011441/epdf> (2016-03-11).
- Aime, M. (2004). *Eccessi di culture*. Torino: Einaudi.
- Balboni, P.E. (1999). *Parole comuni, culture diverse. Guida alla comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Balboni, P.E. (2007a). *La comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Balboni, P.E. (2007b). *Una griglia di osservazione e di raccolta di appunti e materiali sulla competenza comunicativa interculturale*. Venezia: Laboratorio di Comunicazione Interculturale e Didattica - LabCom Università Ca' Foscari Venezia. URL <https://goo.gl/bF8JP4> (2017-04-15).
- Balboni, P.E. (2008). *Fare educazione linguistica*. Torino: UTET Università.
- Balboni, P.E. (2012). *Le sfide di Babele. Insegnare le lingue nelle società complesse*. Torino: UTET Università.
- Balboni, P.E. (2015). «La comunicazione interculturale e l'approccio comunicativo: dall'idea allo strumento» [online]. *EL.LE. Educazione Linguistica. Language Education*, 4(1), 1-20. URL <https://goo.gl/6B2Hr9> (2016-06-13).
- Balboni, P.E.; Caon, F. (2014). «A Performance-oriented Model of Intercultural Communicative Competence» [online]. *Journal of Intercultural Communication*, 35. URL <http://immi.se/intercultural/nr35/balboni.html> (2016-06-13).
- Balboni, P.E.; Caon, F. (2015). *La comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Baldini, M. (a cura di) (2005). *Semiotica della moda*. Roma: Armando.
- Barthes, R. (2006). *Il senso della moda. Forme e significati dell'abbigliamento*. Torino: Einaudi.
- Bazylova, B.; Kazhigaliyeva, G.; Kazhigaliyeva, G.; Tazhibayeva, S.; Zhusupova, Z.; Ergaliev, Z. (2015). «Language as an Instrument of Socialization and a Representation of National Linguistic Personality» [online]. *Creative Education*, 6, 71-8. URL <http://dx.doi.org/10.4236/ce.2015.61006> (2016-10-20).
- Bennett, M.J. (1998). «Intercultural Communication: A Current Perspective» [online]. Bennett, Milton J. (ed.), *Basic Concepts of Intercultural Communication: Selected Readings*. Yarmouth: Intercultural Press.

- URL http://www.mairstudents.info/intercultural_communication.pdf (2016-07-29).
- Bennett, M.J. (a cura di) (2015). *Principi di comunicazione interculturale. Paradigmi e pratiche*. Milano: FrancoAngeli.
- Birdwhistell, R. (1970). *Kinesics and Context*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Borello, E.; Baldi, B. (2003). *Teorie della comunicazione e glottodidattica*. Torino: UTET Università.
- Cacco, B. (a cura di) (1995). *L'interculturale. Riflessioni e buone pratiche*. Milano: FrancoAngeli
- Caon, F. (2010). *Dizionario dei gesti italiani. Una prospettiva interculturale*. Perugia: Guerra.
- Caon, F. (2012). «Competenza comunicativa interculturale e dimensione gestemica. Perché e come realizzare un dizionario dei gesti italiani» [online]. *EL.LE. Educazione Linguistica. Language Education*, 1(1), 35-45. URL <https://goo.gl/wK0J1h> (2015-10-02).
- Capone, A.; May, J.L. (eds.) (2015). *Interdisciplinary Studies in Pragmatics, Culture and Society*. Heidelberg: Springer International Publishing.
- Caselli, G.P. (2013). *La Russia nuova*. Milano: Mimesis.
- Castiglioni, I. (2005). *La comunicazione interculturale: competenze e pratiche*. Roma: Carocci.
- Celentin, P.; Cognini, E. (2005). *Lo studente di origine slava*. Perugia: Guerra.
- Cevese, C.; Dobrovolskaja, J.; Magnanini, E. (1999). *Grammatica russa*. Milano: Hoepli.
- Diadori, P. (1999). *Senza parole. 100 gesti degli italiani*. Roma: Bonacci.
- Diadori, P. (2000). «Comunicazione non verbale nell'insegnamento dell'italiano a stranieri in prospettiva interculturale» [online]. Catricalà, M. (a cura di), *Lettori e oltre... confine = Atti del corso di aggiornamento per lettori di italiano all'estero organizzato dal MAE, dall'MPI e dall'Università per Stranieri di Siena* (Siena, 11-15 ottobre 1999). Firenze: Aida. URL <http://www.siena-art.com/diadori/Testi/08dNV.pdf> (2016-06-10).
- Dobrovolskaja, Ju. (1991). *Il russo per italiani*. Venezia: Cafoscarina.
- Ekman, P. (2011). *I volti della menzogna. Gli indizi dell'inganno nei rapporti interpersonali*. Giunti: Firenze.
- Fesenko, O.P. (2013). «Structure of Linguistic Personality in the Aspect of the Center-Periphery Theory» [online]. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 16(3), 398-401. URL [http://www.idosi.org/mejsr/mejsr16\(3\)13/13.pdf](http://www.idosi.org/mejsr/mejsr16(3)13/13.pdf) (2016-07-13).
- Freddi, G.; Farago Leonardi, M.; Zuanelli, E. (1979). *Competenza comunicativa e insegnamenti linguistici*. Bergamo: Minerva Italica.
- Gadamer, H.G. (1983). *Verità e metodo*. Milano: Bompiani.

- Giaccardi, C. (2012). *La comunicazione interculturale nell'era digitale*. Bologna: il Mulino.
- Gili, G. (2003). «Le condizioni della comunicazione interculturale: una proposta di quadro concettuale». *Sociologia*, 43(1), 7-39.
- Gnisci, A. (2001). *Una storia diversa*. Roma: Meltemi.
- Gořbačëv, M.S. (2013). *Ogni cosa a suo tempo*. Venezia: Marsilio
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviours, Institutions and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hymes, D. (1972a). «Models of Interaction of Language and Social Life» [online]. Gumpers, J.J.; Hymes, D. (eds.), *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*. New York: Holt, Rinehart & Winston. URL <http://www.mapageweb.umontreal.ca/tuitek/j/cours/2611pdf/Hymes-Models.pdf> (2016-06-20).
- Hymes, D. (1972b). «On Communicative Competence» [online]. Pride, J.B.; Holmes, J. (eds.), *Sociolinguistics. Selected Readings*. Harmondsworth: Penguin, 269-93. URL <http://www.whomes.uni-bielefeld.de/sgramley/Hymes-2.pdf> (2016-06-20).
- Karan, P.P. (2004). *The North Western World: Environment, Development and Human Rights*. New York: Routledge.
- Karaulov, Yu. N. (1989). *Russian Linguistic Personality and Problems of Its Studying*. Moscow: Nauka.
- Karaulov, Yu. N. (2010). *Russian Language and Linguistic Personality*. Moscow: Nauka.
- Kuzin, F.A. (2002a). *Kul'tura delovogo obščeniya. Praktičeskoe posobie*. Moskva: Os' -89.
- Kuzin, F.A. (2002b). *Sovremennyy imidž delovogo čeloveka, biznesmena, politika*. Moskva: Os' -89.
- Kuraleva, T. (2014). «Communicative Behavior: Constants and Variables» [online]. *Young Scientist USA*, 1. URL <http://www.youngscientistusa.com/archive/1/115/> (2016-07-13).
- Lakoff, G.; Johnson, L. (1980). *Metaphors We Lived by*. Chicago: Chicago University Press.
- Leontovich, O.A. (2000). «Intercultural Communication Theory in Russia: Present and Future» [online]. *Theory of Communication and Applied Communication*, 1, 44-7. URL http://www.russcomm.ru/eng/rca_biblio/l/leontovich01_eng.shtml (2016-07-19).
- Lobasso, F.; Pavan, E.; Caon, F. (2007). *Manuale di comunicazione interculturale tra italiani e greci*. Perugia: Guerra.
- Lo Gatto, E. (1990). *Storia della letteratura russa*. Firenze: Sansoni.
- Lotman, J.; Uspenskij, B. (1986). «Il concetto di 'Mosca terza Roma' nell'ideologia di Pietro I». *Europa Orientalis*, 5, 481-94.

- Lounis, M. (2014). «Cross-Cultural Perspectives on Linguistic Politeness» [online]. *Cross Cultural Communication*, 10(1), 56-60. URL <http://cscanada.net/index.php/ccc/article/viewFile/j.ccc.1923670020141001.4324/5613> (2015-07-14).
- Magli, I. (1981). *Alla scoperta di noi selvaggi*. Milano: Rizzoli.
- Mantegazza, R. (2006). *Manuale di pedagogia interculturale. Tracce, pratiche e politiche per l'educazione alla differenza*. Milano: FrancoAngeli.
- Matera, V. (2008). *Comunicazione e cultura*. Roma: Carocci.
- Mehrabian, A. (1972). *Nonverbal Communication*. Chicago: Aldine-Atherton.
- Nanni, A.; Curci, S. (2005). *Buone pratiche per fare intercultura*. Bologna: EMI.
- Pavlovskaja, A.V. (2003). *Kak imet' delo s russkimi*. Moskva: Moskovskogo universiteta.
- Pavlovskaja, A.V. (2014). *Italija glazami rossijskich*. Moskva: Algoritm.
- Pease, A.; Pease, B. (2004). *The Definitive Book of Body Language*. Buderim: Pease International.
- Pivato, S. (2013). *I comunisti mangiano i bambini. Storia di una leggenda*. Bologna: il Mulino.
- Pul'kina, I.M. (1981). *Breve prontuario della grammatica russa*. Mosca: Russkij Jazyk.
- Rubbi, A. (2002). *La Russia di Eltsin*. Roma: Editori Riuniti.
- Rosenblum, L.D. (2010). *Lo straordinario potere dei nostri sensi*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Scollon, R.; Wong Scollon, S. (1995). *Intercultural Communication: A Discourse Approach*. Cambridge (UK): Blackwell.
- Schmidt, E. (1990). *Comunicare nelle organizzazioni. La teoria sistemica della comunicazione nella formazione aziendale*. Milano: Unicopli.
- Simmel, G. (1985). *La moda*. Milano: Editori Riuniti.
- Sternin, I.A. (2000). *Modeli opisanija kommunikativnogo povedenija*. Voronez: Garant.
- Sternin, I.A. (2008). *Teoretičeskie i prikladnye problemy jazikoznanija. Izbrannye raboty*. Voronež: Istoki.
- Sternin, I.A. (2014). «Počemu russkie ne ulybajucja?» [online]. *The Village*, 18 September. URL <http://www.the-village.ru/village/city/asking-question/165261-pochemu-russkie-ne-ulybayutsya-zlaja-msk> (2015-07-11).
- Sternin, I.A.; Sternina, M.A. (2005). «On Comparative Studies of Communicative Behaviour» [online]. *Respectus Philologicus*, 7(12), 25-39.
- Valvo, G. (2013). «L'eternità di Roma nella vicenda storia russa» [online]. *Eurasia. Rivista di studi geopolitici*, 6 dicembre. URL <http://www.eurasia-rivista.org/leternita-di-roma-nella-vicenda-storica-russa/20454/> (2015-06-20).

- Wenger, E. (2006). *Comunità di pratica. Apprendimento, significato e identità*. Milano: Cortina.
- Wierzbicka, A. (1998). «Russian Emotional Expression» [online]. *Ethos*, 26(4), 456-83. URL http://www.jstor.org/stable/640664?seq=1#page_scan_tab_contents (2016-06-12).
- Wood, J.T. (2012). *Communication in Our Lives*. Boston: Wadsworth.
- Zuanelli, E. (1978). *Competenza comunicativa. Precondizioni, conoscenze e regole per la comunicazione*. Venezia: Cafoscarina.
- Zuanelli, E. (1981). *La competenza comunicativa*. Torino: Boringhieri.

Tra lingue e culture

La comunicazione interculturale fra russi e italiani

Cristina Dalla Libera

Appendice

Questionario di comunicazione interculturale

Sommario 1. Obiettivi – Struttura – Come utilizzare il questionario – 2 Strumenti della comunicazione non verbale. – 2.1 La prossemica: la distanza tra i corpi. – 2.2 La cinesica: la comunicazione attraverso i movimenti del corpo. – 2.3 L'oggettemica: comunicare attraverso gli oggetti – 3 I valori culturali. – 3.1 Problemi comunicativi legati al tempo. – 3.2 Problemi comunicativi legati allo spazio. – 3.3 Problemi comunicativi legati alla gerarchia, al rispetto, allo status. – 3.4 Problemi comunicativi legati al concetto di onestà e fair play. – 3.5 Problemi comunicativi legati al concetto di famiglia. – 3.6 Problemi comunicativi legati al mondo metaforico. – 3.7 Problemi comunicativi legati alla sessualità. – 3.8 Problemi comunicativi legati alla sfera religiosa. – 3.9 Problemi comunicativi legati ad alti modelli culturali. – 3.10 Peculiarità culturali utili per la comunicazione interculturale. – 4 Problemi interculturali legati alla lingua. – 4.1 Problemi legati al suono della lingua. – 4.2 Problemi legati alla scelta delle parole e degli argomenti. – 4.3 Problemi legati ad alcuni aspetti grammaticali. – 4.4 Problemi legati alla struttura del testo. – 4.5 Problemi comunicativi di natura sociolinguistica. – 4.6 Problemi pragmatici: le 'mosse comunicative'. – 5 Gli eventi comunicativi. – 5.1 Il dialogo in ambito lavorativo e interculturale. – 5.2 La telefonata. – 5.3 La riunione formale. – 5.4 Il lavoro di gruppo e la presentazione dei risultati. – 5.5 La trattativa. – 5.6 Il monologo pubblico, la conferenza. – 5.7 L'invito. – 5.8 I momenti conviviali: il pranzo e la cena. – 5.9 Il relax e lo sport. – 5.10 La *dacia* d'estate e d'inverno. – 5.11 La *banja*.

1 Obiettivi – Struttura – Come utilizzare il questionario

Obiettivi

Il presente questionario ha lo scopo di raccogliere dati e informazioni utili sui problemi di comunicazione interculturali tra italiani e russi.

Struttura

Il questionario, così come il volume, è suddiviso in quattro sezioni relative a:

- a. gli strumenti della comunicazione non verbale (prossemica, cinesica, oggettemica, vestemica);
- b. problemi di comunicazione riconducibili alle differenze dei valori culturali (tempo, spazio, gerarchia, rispetto, sfera familiare, religiosa, lavorativa, confronto con altre culture);

- c. problemi interculturali legati ai vari aspetti della lingua (fonetica, morfologia, sintassi, aspetti pragmatici e di natura sociolinguistica);
- d. esempi di eventi comunicativi significativi per l'interazione fra interlocutori appartenenti alle due culture di riferimento.

Come utilizzare il questionario

- a. Gli informant, nel momento in cui ne ricevono una copia devono leggere gli *item* proposti per ciascuna sezione, riflettere e possono incominciare a rispondere, oppure semplicemente formarsi delle opinioni e delle riflessioni in merito a quanto è stato loro fornito.
- b. Durante gli incontri con gli informant si riprendono i vari aspetti, registrando (consigliabile), oppure annotando a margine o su fogli supplementari le risposte. Si ricorda che il questionario ha, di per sé, una struttura flessibile e dinamica, può quindi essere integrato con spunti, ricordi, esperienze che possono scaturire dai colloqui, sia da esperienze vissute *in primis*, che tramandate a livello familiare.

2 Strumenti della comunicazione non verbale

La comunicazione si esplicita anche e soprattutto attraverso vie non verbali, ma corporee e visive, poiché siamo più visto che ascoltati.

Partendo da questo assunto si indaga sull'effetto che i codici non verbali esercitano e influenzano la comunicazione interculturale, considerando aspetti quali: la distanza interpersonale o fra i corpi, la gesticolazione e la mimica facciale, l'uso di determinati oggetti (che mostrano lo status symbol di una persona), o la vestemica e quindi la scelta dell'abbigliamento delle fogge e dei colori da indossare, rispetto alla propria personalità e agli eventi della comunicazione.

2.1 La prossemica: la distanza tra i corpi

- a. *La distanza frontale*
 - La distanza che caratterizza la 'bolla', è di circa un braccio (60 cm). Per molte culture, ad esempio per quelle mediterranee è un po' meno, un po' di più per quella statunitense o per i paesi del Nord Europa. In Russia qual è la distanza frontale accettata, per non risultare invadenti o aggressivi?
 - Come comportarsi per non essere scortesie e far sentire il nostro interlocutore a proprio agio?
 - I russi mantengono distanze interpersonali solo di tipo fisico o anche emotivo?

- Quali sono le forme di presentazione che si accompagnano alla conoscenza?
 - In situazioni formali?
 - In situazioni informali?
 - Tra donne e uomini, tra sole donne, tra soli uomini?
- b. *Il contatto laterale*
- Il contatto laterale segue le stesse regole di quello frontale? In caso affermativo di quanto? Come si esplicita?
 - I luoghi e quindi la presenza o l'assenza di spazio incidono sul contatto laterale?
- c. *Il luogo di lavoro*
- Quali sono le distanze che si mantengono in ambienti professionali?
 - Sono le medesime tra persone parigrado e tra superiori e sottoposti? In Russia?
 - Sono previste "eccezioni" alle regole comunemente accettate? Se sì, quali?
- d. *Il valore del bacio*
- Il bacio sulle guance è un contatto ravvicinato per molte culture, in cui ad esempio non si baciano gli estranei, o le donne. In Russia?
 - Quanti baci si danno?
 - Ci sono differenze generazionali nei modi di baciarsi quando ci si incontra?
 - Che valore ha il bacio?
- e. *'Accorciare le distanze'*
- Dopo aver fatto conoscenza, come procede il rapporto?
 - Tra italiani e russi chi fa il primo passo per tentare di instaurare un rapporto più personale?
 - Quali possono essere le modalità più efficaci per dar vita a rapporti più aperti e informali?

2.2 La cinesica: la comunicazione attraverso i movimenti del corpo

- a. *La postura*
- Com'è la postura dei russi, rispetto a quella degli italiani?
 - Che sensazioni trasmette all'interlocutore di una cultura diversa?
 - Dipende dai contesti, oppure tende ad essere più o meno sempre la stessa?

b. *Gli arti superiori e inferiori*

- Si ritiene, soprattutto nelle culture occidentali, che una stretta di mano decisa dimostri carattere, onestà e virilità. In Russia ha lo stesso valore?
- Tenere le braccia incrociate sul petto può essere un modo per mantenere le distanze. È così anche in Russia?
- Alle donne si possono stringere le mani? Sempre?
- Alcune culture non accettano le mani in tasca. Nella cultura russa?
- I movimenti delle mani, spesso, accompagnano i nostri discorsi: quali sono i principali gesti russi che prevedono l'uso delle mani?
- Quali possono essere i gesti degli italiani con le mani che vanno evitati, perché offensivi, volgari o incomprensibili?
- I russi come si rapportano alla voluminosa gestualità italiana?
- Accavallare le gambe è accettato in molte culture. In quella Russa?
- Incrociare le gambe?
- In alcuni paesi ci si deve togliere le scarpe entrando in alcuni ambienti. In Russia?

c. *Le espressioni del viso*

- In Russia la mimica facciale è molto accentuata?
- Quali le differenze rispetto alla mimica facciale degli italiani?
- Nella comunicazione interculturale che peso hanno le espressioni del viso?

d. *Lo sguardo*

- In alcune culture, come quella italiana, mantenere lo sguardo su quello dell'interlocutore è segno di sicurezza. In Russia?
- Ci sono occasioni in cui si abbassa lo sguardo? Quali?
- Abbassare lo sguardo che tipo di significato può avere?

e. *Il sorriso*

- Gli italiani sono considerati persone sorridenti, mentre i russi no. Perché?
- In quali occasioni e con chi sorridono i russi?
- Quali sono i motivi di fondo che fanno sì che il sorriso rappresenti un codice non verbale usato con parsimonia?
- Qual è il valore del sorriso in Russia?
- Ci possono essere situazioni o eventi in cui ridere o sorridere è offensivo, non tollerato, o una mossa comunicativa sbagliata?

f. *Gli odori e i rumori del corpo*

- Alcuni odori del corpo, come ad esempio il sudore in molte culture sono tollerati, mentre in altre sono assolutamente banditi, oppure accettati di più negli uomini che non nelle donne. In Russia?

- Gli odori derivanti dalla poca igiene in Italia non sono tollerati. In Russia?
 - Gli odori derivanti da alimentazione o altro e che causano fenomeni di alitosi in Russia come sono considerati?
 - Soffiarsi il naso è permesso oppure no nelle diverse culture. La stessa cosa vale per i rumori intestinali. In Russia sono tollerati. Sempre. Solo in determinate occasioni?
- g. *L'uso di profumi e di deodoranti*
- In Italia sia uomini che donne fanno largo uso di profumi e deodoranti. In Russia è lo stesso?
 - L'uso del profumo è più una prerogativa femminile?
 - L'uso del profumo in un uomo è segno di scarsa virilità in Russia?
- h. *L'uso del make-up*
- Le donne ricorrono praticamente in quasi tutte le culture all'uso di trucco come elemento di abbellimento e cura di sé. Le donne russe che uso fanno del trucco? Eccessivo, moderato, assente?
 - L'uso del make-up in Russia è legato a situazioni particolari?
 - Come varia l'uso del make-up a seconda delle generazioni?

2.3 L'oggettemica: comunicare attraverso gli oggetti

- a. *L'abbigliamento*
- Qual è l'abito che un uomo in Russia deve indossare in una situazione formale?
 - Qual è l'abito che una donna in Russia deve indossare in una situazione formale?
 - Come ci si deve vestire al lavoro?
 - In che modo l'abito definisce lo status symbol di una persona?
 - comunicativo ha l'abbigliamento in Che valore Russia?
 - Nella cultura russa che considerazione viene attribuita agli uomini che:
 - i. hanno tatuaggi?
 - ii. si rasano?
 - iii. portano l'orecchino?
- b. *Le calzature*
- Le calzature italiane sono molto rinomate in Russia. Che tipo di scarpe preferiscono indossare gli uomini?
 - Le calzature delle donne che particolarità hanno e cosa simboleggiano?
 - Le calzature tradizionali russe hanno ancora un uso, oppure no?
 - Come ci si difende dal freddo attraverso le calzature?

- In Italia non c'è l'abitudine di cambiarsi le scarpe sul posto di lavoro. In Russia? Perché?
- c. *Gli accessori*
- Quali sono gli accessori maggiormente scelti e indossati dalle donne?
 - Quali sono gli accessori maggiormente scelti e indossati dagli uomini?
 - Possono essere griffati, di qualità inferiore o artigianali?
- d. *Gli oggetti che determinano lo status symbol*
- Gli status symbol variano a seconda della cultura e del ceto sociale di appartenenza e comprendono una gamma molto vasta di articoli. In Russia, quali sono i principali oggetti che determinano lo status symbol di una persona?
 - Vengono ostentati, oppure sono oggetti principalmente posseduti per il piacere personale?
 - Quali sono gli oggetti italiani dello status symbol per i russi?
- e. *Il denaro: prezzo e valore*
- Che rapporto hanno i russi con il denaro e la ricchezza in genere?
 - La mancanza di denaro come viene affrontata?
 - I russi fanno accantonamento per i momenti di bisogno, oppure spendono quello che hanno?
 - Sono soliti dichiarare il proprio reddito o no?
- f. *Il cibo e le bevande*
- Ci sono preclusioni o divieti nell'offrire determinati cibi o bevande, che possano andare contro principi etici o religiosi?
 - I russi sono considerati forti bevitori di alcolici. In quali situazioni bevono smodatamente?
 - Il brindisi è, in molte culture, un momento importante del pasto, soprattutto in occasioni importanti: come sono i brindisi?
- g. *Regali*
- In ambito lavorativo, specie in un rapporto di partenariato con un'azienda straniera i regali sono graditi, Quali sono i regali più apprezzati?
 - I fiori sono regali graditi?
 - Nel regalare fiori c'è un 'linguaggio' floreale da rispettare?
 - Quando si viene invitati a pranzo o a cena che regali si portano?
 - A chi viene consegnato il regalo?
 - Quando è il momento più opportuno per consegnare il regalo?
 - I russi scartano subito il regalo o dipende dalla tipologia di regalo?

- Il modo di ringraziare, dopo aver ricevuto un dono, è molto cerimonioso o scarno?

3 I valori culturali

Ogni cultura è caratterizzata da principi e credenze profonde condivise da tutti i suoi appartenenti, che la rendono unica. Di fatto, ogni società, paese o gruppo ha i propri valori di fondo che costituiscono la base su cui poggiano concetti come ad esempio il tempo, lo spazio, la proprietà, la gerarchia, la lealtà, il senso di appartenenza, credi religiosi e i legami personali e affettivi.

Si tratta di elementi alquanto rilevanti da tener presente nella comunicazione interculturale, poiché la loro esplicita differenza tra le culture a confronto può generare incomprensioni profonde.

3.1 Problemi comunicativi legati al tempo

- Per i russi il tempo ha un andamento lineare, ciclico, elastico oppure è una 'corda' tirata?
 - a. *Tempo lavorativo*
 - In Italia la giornata lavorativa è di otto ore. In Russia?
 - Gli orari lavorativi variano tra i due paesi?
 - Come sono organizzate le pause?
 - b. *Tempo privato*
 - Il tempo dedicato a se stessi, miglia o al proprio diletto come è organizzato?
 - Quanto tempo hanno i russi da dedicare alle attività non lavorative?
 - La disponibilità di tempo dipende anche dallo status sociale o dalla professione svolta?
 - c. *La puntualità*
 - La puntualità è sempre rispettata o dipende dalla formalità o dalla informalità delle situazioni?
 - Il cosiddetto far 'fare anticamera' è una strategia utilizzata per mettere alla prova l'altra persona o per dimostrare di essere in una condizione di superiorità?
 - I russi rispettano i tempi (consegne, deadline, progetti, programmi)?

3.2 Problemi comunicativi legati allo spazio

- Considerando che la Federazione Russa è un paese trans-continentale e il più esteso al mondo per territorio, a quali elementi si può ricondurre il concetto di spazio per i russi?

a. *Lo spazio pubblico*

- In Russia tutto ciò che è pubblico è di tutti, oppure di nessuno?
- Come viene mantenuto lo spazio/ambiente pubblico
- Si rispetta ciò che è pubblico oppure no?

b. *Lo spazio privato*

- Come viene mantenuto lo spazio privato?
- Quanta ampiezza ha?
- Il concetto di privato corrisponde a quello di 'intimo', quindi invalicabile?
- A chi i russi consentono di entrare nel proprio spazio privato?

3.3 Problemi comunicativi legati alla gerarchia, al rispetto, allo status

- In Russia la gerarchia è fortemente piramidale?
- Viene rispettata per fedeltà, timore o lealtà?
- Al capo si deve rispetto per la posizione o per lealtà?
- Una persona di potere gode sempre anche di rispetto?
- A chi è dovuto il rispetto a prescindere dalla situazione?
- Che peso ha lo status?
- Come viene utilizzato? Per far valere la propria posizione o il proprio ruolo, il prestigio. Altro?

a. *Rapporti gerarchici: differenze e similitudini tra russi e italiani*

- La gerarchia italiana è piramidale, ma lascia spazio a rapporti che con il tempo e la collaborazione possono diventare meno formali. In Russia?
- La gerarchia italiana è esplicita? Quella russa com'è? Esplicita o implicita?
- Può esserci una 'doppia gerarchia'?
- In che modo si manifesta il rispetto per la scala gerarchica?
- Che importanza hanno gli aspetti dei codici non verbali nel rispetto della gerarchia?
- La comunicazione è permeabile o impermeabile, ossia può anche essere diretta (da un subordinato a un responsabile che occupa una posizione di vertice), o deve seguire tutto il percorso gerarchico?

b. *Lealtà verso il capo*

- Come si esplicita la lealtà verso colui che comanda?
- La lealtà è espressa nei confronti del ruolo o della persona?

- Quali possono essere i fattori che causano la perdita di lealtà verso il capo?
- c. *'Perdere la faccia sul lavoro'*
 - Per i russi è grave 'perdere la faccia'?
 - Quali possono essere le situazioni o le 'mosse comunicative' che minano la credibilità della persona?
- 3.4 Problemi comunicativi legati al concetto di onestà e fair play
 - Per i russi i concetti di onestà e fair play sono flessibili dipendono cioè dalle situazioni o dalla convenienza o sono concetti dalla natura immutabile?
 - Possono avere una natura profonda, quindi dipendere solo ed esclusivamente dall'individuo?
 - Possono avere una natura sociale, dovuta cioè a regole e disposizioni etene e quindi avere tratti mutevoli?
- 3.5 Problemi comunicativi legati al concetto di famiglia
 - La famiglia, in Russia, è concepita come mero nucleo familiare vero e proprio, o in modo allargato?
 - Chi sono i componenti del nucleo familiare?
 - Le famiglie sono numerose, cioè hanno tanti bambini?
 - a. *L'idea di famiglia, i legami e l'inclusione nella cerchia familiare*
 - La famiglia allargata chi comprende? Parenti stretti? Parenti in genere? Buoni amici?
 - Diventare amico stretto di un russo significa entrare a far parte della famiglia?
 - Il ruolo dei nonni nella famiglia che peso ha?
 - L'azienda può essere considerata 'famiglia'?
 - b. *La famiglia 'al femminile'*
 - In Russia, spesso, la famiglia è composta da un solo genitore; la madre. Perché?
 - Come si organizza una donna sola con uno o più figli?
 - Che ruolo ha la figura della nonna in una famiglia 'al femminile'?
 - c. *La famiglia: aspetti economici*
 - In Russia, a Mosca soprattutto, il tenore economico delle famiglie è vario e dipende da molti fattori: quali, ad esempio?
- 3.6 Problemi comunicativi legati al mondo metaforico
 - L'uso delle metafore, seppur non sempre voluto, è un aspetto importante sia della concettualizzazione di tipo astratto, che dell'uso

del linguaggio. Ad esempio, il modo di pensare di un italiano ha un andamento verticale: dall'alto al basso (sì, va tutto ne/no, non va bene niente). Per i russi è lo stesso?

- Per i russi vale il concetto che 'alto' rappresenta un polo 'positivo' e il 'basso' un polo 'negativo'?

3.7 Problemi comunicativi legati alla sessualità

- I russi vivono liberamente gli aspetti legati alla sfera sessuale o sono inibiti?
- Hanno dei tabù?
- In quali situazioni è permesso o tollerato parlare di simili argomenti?
- È possibile ironizzare o fare battute sul sesso? Se sì, in quali contesti?
- Altre considerazioni?

3.8 Problemi comunicativi legati alla sfera religiosa

- In Unione Sovietica la religione era formalmente libera, ma di fatto soppressa e perseguitata. Adesso che c'è libertà di culto, come si comportano i russi nei confronti della religione?
- Cosa vieta e cosa permette la religione ad un cristiano ortodosso praticante?
- Religione e spiritualità coincidono?
- Si dice che il popolo russo non abbia mai perso la propria fede. In che modo è stata conservata durante il regime comunista?

3.9 Problemi comunicativi legati ad alti modelli culturali

- Come reagiscono i russi di fronte ad alti modelli culturali?
- Dimostrano curiosità oppure si arroccano sui propri valori?
- Sono disponibili a guardare al diverso da sé in una prospettiva positiva?
- Si sentono superiori o inferiori rispetto alle altre culture?

a. *L'idea di conoscenza*

- Per i russi l'idea che si ha di conoscenza è nozionistica o concettuale?
- Si può chiedere in maniera diretta se la persona ha capito eventuali istruzioni o mansioni da svolgere, oppure occorre utilizzare strategie indirette per accertarsi dell'avvenuta comprensione?
- È ammesso dire apertamente di non aver capito?

b. *La concezione del viaggio*

- Per un russo il viaggiare è un percorso prestabilito e studiato, oppure casuale?
- Il viaggio verso altri paesi è scoperta, curiosità, ricerca di comodità?
- Altro?

3.10 Peculiarità culturali utili per la comunicazione interculturale

- Quali sono gli aspetti principali da considerare per non incappare in equivoci o fraintendimenti con i russi?
 - Com'è il carattere nazionale dei russi? Aperto? Apparentemente disponibile? Chiuso? Ospitale?
 - I russi sono persone tolleranti oppure no?
 - Sanno avere pazienza o si arrabbiano anche per episodi futili?
 - Quando un russo deve esprimere una lamentela lo fa in modo esplicito?
- a. *Gli stereotipi*
- Quali sono i principali stereotipi associati ai russi?
 - Quali stereotipi e luoghi comuni i russi associano agli italiani?
 - Quanto peso hanno gli stereotipi nel confronto con altre culture?
- b. *La superstizione*
- I russi sono poco o tanto superstiziosi?
 - Quali sono le superstizioni più diffuse?
 - Ci credono davvero o si tratta solo di un atteggiamento esteriore?
- c. *L'amicizia*
- Per i russi che ruolo hanno le amicizie nella vita di una persona?
 - Sono amici fidati, oppure solo di facciata?
 - Vale il detto: 'chi trova un amico trova un tesoro'?
 - Cosa sono disposti a dare o a fare per un amico?
 - Un amico è parte della sfera familiare?

4 Problemi interculturali legati alla lingua

- La lingua russa è un idioma complesso sia dal punto di vista morfologico e sintattico, che fonetico ed è lessicalmente molto ricco. Quali sono le principali difficoltà legate allo studio e all'acquisizione della lingua russa?

4.1 Problemi legati al suono della lingua

- L'aspetto fonologico di una lingua è il primo elemento ad essere percepito. Per un italiano il tono di un russo che parla come viene percepito?
- Il tono della voce indica anche aspetti del carattere?
- La velocità dell'eloquio può produrre un effetto fastidioso nell'interlocutore straniero?

4.2 Problemi legati alla scelta delle parole e degli argomenti

- L'uso di acronimi e sigle, molto diffuso nel russo può rappresentare un problema di comprensione?
- Esistono argomenti tabuizzati che è meglio evitare per non cadere in imbarazzo o per offendere il nostro interlocutore?
- L'uso delle parole e degli argomenti cambia in un contesto formale, rispetto ad uno informale?

4.3 Problemi legati ad alcuni aspetti grammaticali

- Quali sono gli aspetti più complessi della sintassi e della morfologia della lingua russa?
- L'uso di imperativi è ammesso? Se sì, in quali situazioni?
- La lingua russa predilige l'uso dei superlativi o si avvicina di più all'*understatement* (non il più, ma non così tanto...)
- L'uso degli anglicismi o di parole mutate da altre lingue è un fenomeno diffuso?
- Quali sono le maggiori difficoltà legate all'uso dei tempi e dei modi verbali?

4.4 Problemi legati alla struttura del testo

- La lingua russa fa ricorso a costruzioni paratattiche o ipotattiche?
- Usa molto le forme verbali implicite o preferisce quelle esplicite?

4.5 Problemi comunicativi di natura sociolinguistica

- La sociolinguistica è termine 'ombrello' che si occupa degli aspetti sociali del linguaggio e della loro influenza sull'uso di una lingua.
- a. *Gli appellativi*
- Appellativi e titoli differiscono molto da cultura a cultura. Gli italiani spesso usano i titoli accademici per riferirsi ad una persona, oppure i cognomi tra colleghi di lavoro.
 - Quali sono i modi corretti di rivolgersi chiamando una persona in Russia, considerando:
 - i. l'età anagrafica
 - ii. il ruolo
 - iii. il prestigio
- b. *I diminutivi*
- Il russo fa largo uso di diminutivi per chiamare le persone per nome, ma a differenza dell'italiano in cui si ha la tendenza ad 'accorciare il nome', il russo lo 'diminuisce' (Anna diventa Annina, Ol'ga diventa Olghetta, Alexandra diventa Sandrina). Come regolarsi nel chiamare per nome le persone usando il diminutivo?
 - In quali situazioni si può usare il diminutivo e in quali no?

- L'uso del diminutivo riguarda le persone solo fino ad una certa età?
- I diminutivi si usano anche per le cose?

c. *L'uso delle parolacce?*

- I russi ricorrono spesso alle parolacce? Se sì, in quali occasioni?
- Ricorrono anche alle bestemmie?
- Usano con parsimonia espressioni volgari o sono disinvolti?

4.6 Problemi pragmatici: le 'mosse comunicative'

- Le 'mosse comunicative' comprendono tutte quelle strategie comunicative che un parlante mette in atto verso il suo interlocutore, al fine di trovarsi in una posizione vantaggiosa o avvantaggiata, in modo da avere il controllo dello scambio dialogico. Nella comunicazione interculturale, senza adeguate conoscenze, non sempre è possibile trovarsi in una situazione 'vincente'. Per questo motivo, sono state mutuare dall'approccio sistemico le definizioni di mosse *up* per definire quelle azioni dialogiche a favore di chi le compie e *down*, quelle che portano a smorzare i toni per non creare litigi, diverbi, per prendere tempo e così via.
- Quali possono essere le principali mosse comunicative 'up' oppure *down* in Russia?

a. *Riprendere qualcuno*

- Si tratta di una mosse *up* oppure *down*?
- Lo si può fare in maniera velata o apertamente?
- Possono essere utilizzate espressioni dirette o sempre meglio una mediazione?

b. *Ordinare o proporre*

- Al fine di non cadere nella trappola delle mosse *down*, quando si devono dare precise indicazioni di esecuzione è meglio usare toni decisi e imperativi, oppure usare il condizionale e mettersi al riparo dal rischio di offendere l'interlocutore?
- In uno scambio interculturale, quando non si è sicuri della reazione della controparte meglio mostrarsi comunque decisi, oppure far passare una indicazione obbligatoria come fosse un suggerimento efficace?

c. *Esprimere disaccordo*

- Con i russi, nell'esprimere un'opinione contraria meglio farlo in maniera diretta o partire dagli aspetti che accomunano la proposta e poi muovere un'obiezione?
- Che rischi si corrono nell'essere troppo diretti?
- Altre proposte?

- d. *Interrompere il discorso altrui, sovrapporre la voce*
- Gli italiani hanno la tendenza ad interrompere e a non aspettare il proprio turno di parola. I russi?
 - È tollerabile la mossa di interrompere chi sta parlando? In Italia? In Russia?
 - È considerato *up* oppure *down* sovrapporre la propria voce su quella di chi sta parlando?
 - Che rischi si corrono nella comunicazione interculturale con mosse di questo tipo?
- e. *Verifica dell'avvenuta comprensione*
- Non in tutte le culture è possibile chiedere direttamente ad una persona se ci ha capiti oppure no, così come non in tutte le culture le persone sono disposte a dichiarare apertamente di non aver capito. I russi come si comportano?
 - Il non aver capito implica il 'perdere la faccia'?
 - Denota solo indifferenza e scarso interesse?
 - Quali strategie indirette si possono usare per verificare la comprensione (ripetizione, sintesi, elencazione dei punti principali)?
- f. *Giustificarsi e scusarsi*
- Sono mosse *up* oppure *down*?
 - I russi le usano?
 - Sono mosse che sminuiscono la persona che le mette in atto?
 - Servono per attribuire la responsabilità ad altri?
 - Sono percepite come offese personali dai russi, anche se si tratta di lavoro?

5 Gli eventi comunicativi

Sono i *setting* linguistici e sociali nei quali avvengono gli scambi comunicativi veri e propri, perché sono gli individui a parlarsi, non le culture.

- Quali possono essere gli eventi comunicativi più significativi tra italiani e russi, considerati i rapporti tra i due paesi?

5.1 Il dialogo in ambito lavorativo e interculturale

- È sempre formale?
- Nel caso in cui non lo fosse chi propone il passaggio al 'tu'?
- Lo si accetta sempre, anche quando la proposta è implicita?
- Il passaggio formale/informale prevede anche altre modalità (nome, cognome, diminutivo del nome)?
- In Russia saluti e convenevoli sono brevi e concisi o prolissi?

- Chi decide il passaggio dai discorsi introduttivi a quelli all'ordine del giorno?
 - Chi prende la parola per primo e conduce il dialogo?
 - Quali sono i luoghi in cui si parla di lavoro, oltre a quelli deputati?
- a. *Le interruzioni*
- Sono ammesse, oppure si rispetta il turno di parola e si aspetta la fine dell'intervento?
 - Denotano solo cattiva educazione o sono offensive davanti all'interlocutore russo?
 - Possono compromettere l'esito di un incontro?
- b. *I turni di parola*
- Chi li stabilisce?
 - A chi spetta iniziare a parlare?
 - Devono essere rigorosamente rispettati oppure no?
 - È offensivo non rispettarli?
 - Chi decreta la conclusione di un incontro? Come?
 - Altro?
- c. *I silenzi*
- I russi considerano positivamente o negativamente i silenzi durante un discorso?
 - Che valenza assumono i silenzi? Positiva o negativa?
 - Sono tollerati o vanno assolutamente evitati?
 - Che valore comunicativo hanno

5.2 La telefonata

- Gli italiani per le conversazioni telefoniche usano formule di apertura e di chiusura. I russi come si comportano?
 - I russi usano formule di apertura e di chiusura? Se sì, quali? Di che durata?
- a. *Italiani e russi al telefono in situazioni formali*
- Gli italiani per le conversazioni telefoniche formali usano formule di apertura e di chiusura. I russi lo fanno similmente?
 - La conversazione ammette divagazioni o meglio andare subito *straight to the point*?
 - Che durata può avere una chiamata formale?
 - Come si conclude?
- b. *Italiani e russi al telefono in situazioni informali*
- C'è molta differenza fra le chiamate formali ed informali?
 - Di cosa si può parlare durante una telefonata non formale?

- Che durata hanno di solito?
- In quali orari possono essere fatte?

5.3 La riunione formale

- Chi si occupa di aprire un *meeting* formale?
- Sono ammesse introduzioni oppure si inizia subito con i punti dell'ordine del giorno?
- I russi hanno la preferenza per discorsi schematici, per punti oppure per discorsi ricchi di divagazioni e articolati?
- Chi dà il turno di parola?
- L'oratore ha un posto particolare dal quale pronunciare il suo intervento?
- Come si può obiettare senza offendere o indisporre la controparte russa?
- I tempi si rispettano sempre o è possibile che la riunione si protragga?
- Quali possono essere potenziali elementi di disturbo?

5.4 Il lavoro di gruppo e la presentazione dei risultati

- Nelle culture occidentali si lavora in gruppo rispettando di solito tre fasi: il caos iniziale, la fase delle regole, il lavoro vero e proprio. Anche in Russia si rispetta lo stesso schema?
- C'è collaborazione o la tendenza di qualche elemento del gruppo a prevalere?
- Ci si assume la responsabilità di eventuali errori, oppure si cerca di attribuirli ai colleghi?
- La presentazione dei risultati è esplicita o implicita?

5.5 La trattativa

- La trattativa segue uno schema rigido sia di convenevoli che di discussione?
- Chi apre la seduta e la coordina?
- Con quali modalità si obietta?
- Come si cerca di ovviare a difficoltà o a clausole indesiderate?
- In caso di accordo come termina la seduta?
- Sono ben accolti doni e regali? Se sì di che tipo?
- Sono considerati un gesto garbato o un tentativo di accaparrarsi il benevolere di chi decide?
- Con i russi, la conclusione di un affare può dipendere dai rapporti diretti della carica più alta in grado, che prende la decisione ultima?
- Raccontare aneddoti o fare battute è permesso, oppure è meglio evitare se non si ha la competenza comunicativa necessaria per comprendere bene la cultura con cui ci si confronta?

5.6 Il monologo pubblico, la conferenza

- Sono previsti i saluti e i convenevoli? In che misura?
- L'oratore ha un posto preciso dal quale pronunciare il suo intervento?
- Meglio essere concisi e pragmatici o cimentarsi in lunghe circolazioni?
- Come si rischia di far calare la soglia di attenzione degli intervenuti?
- Occorre rispettare i tempi concessi a ciascuno o sono ammesse piccole digressioni?
- I complimenti agli oratori sono visti come un segno genuino di interesse o sono considerati superflui e fatti solo per proforma?

5.7 L'invito

- La puntualità è d'obbligo oppure sono tollerati lievi ritardi?
- Ci sono tempi prestabiliti, oppure la durata dipende dalla piacevolezza dell'incontro?
- Chi paga il conto, se si è in un locale pubblico?
- È obbligatorio lasciare la mancia?
- Altri aspetti da considerare?

5.8 I momenti conviviali: il pranzo e la cena

- La puntualità è d'obbligo oppure sono tollerati lievi ritardi?
- L'invitato deve portare regali?
- A chi? Al padrone o alla padrona di casa?
- I fiori sono accettati?
- Quando si può iniziare a mangiare?
- Ci sono formule tipo il nostro 'buon appetito'?
- Chi si occupa di servire le vivande?
- Chi versa da bere? Come lo versa? Ci sono particolari accorgimenti?
- Quanto e cosa si beve?
- Si può rifiutare di bere alcolici? Adducendo quali motivi?
- È consentito lasciare qualcosa nel piatto? Oppure è scortese e poco rispettoso?
- Quali sono gli argomenti di cui si parla a tavola?
- Il tè ha un significato particolare per la tradizione russa?
- Da quali indizi si capisce che il pasto è finito?
- È necessario contraccambiare l'invito?
- In situazioni conviviali chi paga il conto:
 - i. la persona che ha effettuato l'invito?
 - ii. si paga metà per ciascuno?
 - iii. si lasciano le mance?
- Le donne pagano se sono in compagnia di un uomo, indipendentemente dal tipo di rapporto tra i due?

- Sono ammessi rumori intestinali e flatulenze?

5.9 Il relax e lo sport

- Come trascorrono i momenti di relax i russi?
- Quali sport praticano?
- Sono pigri o attivi?

a. *Il pic-nic, la domenica all'aperto*

- Come amano trascorrere il tempo libero all'aria aperta i russi?
- Quali sono i luoghi maggiormente frequentati?
- Che rapporto hanno i russi con l'ambiente?
- Altro?

b. *Gli Šašlyki*

- Di che piatto si tratta?
- Perché è molto amato dai russi?
- Come viene preparato?
- Come viene consumato?

5.10 La *dacia* d'estate e d'inverno

- Cos'è una *dacia*?
- Che importanza ha la *dacia* nella società russa?
- Che ruolo ha svolto nelle varie epoche?
- Come è cambiata nelle varie epoche?
- È un simbolo di status sociale e di ricchezza?

5.11 La *banja*

- Cos'è la *banja*?
- Che valenza sociale ha la frequentazione della *banja* per la società russa?
- Di quanti tipi ce ne sono?
- Quali sono i suoi effetti sulla salute dei russi?
- Altre considerazioni?

In un contesto comunicativo interculturale non è sufficiente parlare la stessa lingua per capirsi davvero. Spesso si ritiene che espressioni, gesti e consuetudini siano naturali e comuni a tutti gli individui. In realtà, questi elementi hanno una profonda matrice culturale che si basa sui modelli che caratterizzano una società, ma la differenziano da un'altra. Le cause che possono generare incomprensioni sono riconducibili a fattori linguistici, differenze valoriali, codici non verbali. Nel volume, questi aspetti vengono presentati nell'ambito della comunicazione interculturale fra italiani e russi. La descrizione di alcuni eventi comunicativi, dall'ambito lavorativo a quello personale, ha lo scopo di fornire una chiave di lettura semplice ma funzionale per evitare di incorrere in fraintendimenti capaci di minare l'efficacia della comunicazione.



Università
Ca'Foscari
Venezia

