



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale (*ordinamento ex
D.M. 270/2004*)
in Interpretariato e Traduzione Editoriale,
Settoriale

Tesi di Laurea

—
Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

L'approccio cinese al negoziato
commerciale sino-occidentale:
un'analisi culturale

Relatore

Ch. Prof. Fiorenzo Lafirenza

Laureando

Giulia Stella Casavecchia
Matricola 831346

Anno Accademico

2012 / 2013



Università
Ca' Foscari
Venezia

INDICE

Introduzione	4
Capitolo 1 Analisi culturale dello stile negoziale cinese	6
1.1 Il negoziato commerciale internazionale	6
1.2 Il mercato cinese e la sfida del negoziato sino-occidentale	7
1.3 Comprendere la cultura cinese: la chiave al successo negoziale	9
1.4 Confucianesimo, Taoismo e i Trentasei stratagemmi: analisi degli aspetti che influenzano maggiormente l'approccio cinese al negoziato commerciale	13
1.4.1 Confucianesimo e Taoismo	13
1.4.1.1 Il rispetto per la gerarchia sociale	16
1.4.1.2 L'importanza delle relazioni interpersonali: il concetto di <i>guanxi</i>	17
1.4.1.3 La supremazia dell'etica morale sulla pratica legale	18
1.4.1.4 Il concetto di <i>mianzi</i>	19
1.4.2 I Trentasei stratagemmi	20
1.5 Analisi culturale dello stile negoziale cinese	24
1.5.1 L'importanza della posizione gerarchica	25
1.5.2 L'influenza delle <i>guanxi</i>	26
1.5.3 <i>Mianzi</i> , il rispetto per la faccia	28
1.5.4 La centralità dell'armonia e la visione d'insieme (<i>zhengti guannian</i>)	30
1.5.5 L'applicazione dei Trentasei stratagemmi in ambito negoziale	32
Capitolo 2 Traduzioni	32
2.1 L'influenza di valori differenti sui negoziati commerciali sino-occidentali	33
2.2 Lo scontro commerciale sino-americano visto nell'ottica del conflitto culturale	44
Capitolo 3 Analisi Traduttologica	60
3.1 Testo di partenza e macrostrategia traduttiva	60
3.2 Tipologia testuale e dominante	65
3.3 Lettore modello	68
3.4 Aspetti lessicali e morfologici	70



Università
Ca'Foscari
Venezia

3.4.1 Linguaggio settoriale	70
3.4.2 La vena vocativa presente nel testo “Lo scontro commerciale sino- americano visto nell’ottica del conflitto culturale”	75
3.4.3 Errori nel testo di partenza	79
3.5 Aspetti sintattici	80
3.6 Residuo traduttivo	84
Appendice	86
Bibliografia	89



INTRODUZIONE

Questo lavoro di tesi consiste nella traduzione e analisi traduttologica di due testi, entrambi articoli pubblicati su riviste accademiche di economia e a carattere divulgativo: il primo testo è intitolato “L’influenza di valori differenti sui negoziati commerciali sino-occidentali”(*Butong jiazhi guannian dui zhongxi shangwu tanpan de yingxiang* 不同价值观念对中西商务谈判的影响), il secondo “Lo scontro commerciale sino-americano visto nell’ottica del conflitto culturale” (*Cong wenhua chongtu jiaodu kan zhongmei maoyi moca* 从文化冲突角度看中美贸易摩擦). L’argomento che accomuna entrambi i testi è la lettura in chiave culturale dell’approccio cinese in ambito commerciale. Nello specifico, il primo testo fornisce una lettura in chiave culturale dell’approccio cinese al negoziato commerciale sino-occidentale. Il testo parte dall’assunto che i valori, nucleo della cultura, siano il fattore che influenza maggiormente i negoziati commerciali interculturali; da ciò consegue che, ai fini del buon esito del negoziato, è necessario comprendere i valori della controparte. Il testo si propone quindi di fornire un’analisi dei valori diversi di Cina e Occidente, illustrando in che modo questi influenzano direttamente lo stile negoziale di ciascuna delle due parti negoziali.

Il secondo testo fornisce invece una lettura in chiave culturale dello scontro commerciale sino-americano sul tasso di cambio del *renminbi*. Nel testo si sostiene infatti che la causa dello scontro commerciale sia da ricondurre al conflitto culturale tra i diversi valori di Cina e Stati Uniti. La cultura degli Stati Uniti è incentrata sul valore dell’egemonia, che li porta a cercare di reprimere tutto ciò che rappresenta per loro una minaccia: lo stesso scontro sul tasso di cambio è nato proprio perché gli Stati Uniti hanno sentito che la loro egemonia economica veniva minacciata dal surplus commerciale della Cina, ed hanno reagito, allo scopo di conservare la propria egemonia, accusando la Cina di aver manipolato il tasso di cambio. La cultura della Cina è incentrata invece sul valore



Università
Ca'Foscari
Venezia

confuciano dell'armonia tra uomo e uomo , tra uomo e natura e tra le varie nazioni, nell'accettazione e nel rispetto delle reciproche differenze: valori che costituiscono la base della dottrina politica della società armoniosa e del mondo armonioso, e che sono in forte contrasto con i valore dell'egemonia degli Stati Uniti. Il testo sostiene che per risolvere lo scontro commerciale sino-americano, è necessario adottare i valori di armonia della società armoniosa cinese, valori che incarnano appunto l'approccio cinese allo scontro commerciale.

L'idea di analizzare testi che trattassero tale argomento nasce prima di tutto da un interesse per la cultura cinese e da un desiderio di approfondire la conoscenza di alcuni suoi aspetti portanti. Ho poi scelto di approfondire il legame tra cultura e stile negoziale cinese in quanto ho ritenuto questo aspetto non solo particolarmente interessante, ma anche utile, vista l'importanza rivestita oggi dalla Cina a livello economico in ambito internazionale, e dunque la crescente frequenza e importanza dei negoziati sino-occidentali.

Il primo capitolo della tesi è perciò dedicato a fornire un'analisi culturale dell' approccio cinese al negoziato commerciale sino-occidentale: in esso ho preso in esame quegli aspetti della cultura cinese, derivati dal pensiero confuciano, taoista e dai Trentasei stratagemmi, che maggiormente influenzano lo stile negoziale cinese, e ho illustrato in che modo tali aspetti influenzano direttamente tale stile negoziale.

L'analisi traduttologica è stata realizzata analizzando gli aspetti linguistici dei testi e la strategia adottata in fase di traduzione. E' stata infine realizzata un'appendice del lessico militare presente nel secondo testo.



1. ANALISI CULTURALE DELLO STILE NEGOZIALE CINESE

1.1 IL NEGOZIATO COMMERCIALE INTERNAZIONALE

Nell'attuale era della globalizzazione, caratterizzata dall'omologazione, integrazione e interdipendenza delle economie e dei mercati internazionali, la forza motrice dell'economia mondiale è rappresentata dal commercio internazionale, la cui crescita ha infatti gradualmente e abbondantemente superato, a partire dal secondo dopoguerra, la crescita del PIL mondiale.

Come in ogni tipo di mercato, anche in quello internazionale un ruolo molto importante è rivestito dal negoziato. Basti pensare che, in ambito commerciale, il 50% di tutto il tempo lavorativo viene speso negoziando.

Cosa si intende dunque per negoziato? Il termine deriva dal latino *nec otium*, “negazione dell’ozio”, il che per i latini significava “dedicarsi agli affari”. A causa del suo significato etimologico, il termine negoziato si è andato legando sempre più all’ambito economico e commerciale. Tuttavia, la sfera semantica del termine è molto più ampia e tocca svariati campi. La definizione data dal vocabolario Treccani al termine *negoziato* è: « complesso di trattative che precedono la stipulazione di un accordo, di un contratto, di un patto». Volendo generalizzare maggiormente, si può dire che il negoziato è un processo atto a gestire i rapporti, al fine di giungere a un accordo. Questa definizione permette di cogliere il vastissimo campo semantico del termine e di considerarlo un’attività umana basilare: tutti noi negoziamo giornalmente, basti pensare al rapporto tra genitori e figli, moglie e marito, datori di lavoro e dipendenti, compratori e venditori, soci commerciali.

Quello che differenzia i negoziati commerciali, politici e diplomatici, che sono le sfere semantiche che solitamente tendiamo ad associare al termine, da tutti gli altri tipi di negoziato, è il fatto che la posta in gioco sia spesso molto alta, motivo per il quale è necessario pianificare e preparare il negoziato più attentamente.



Il negoziato commerciale poi, presenta delle caratteristiche a esso specifiche: è considerato la più difficile sfida comunicativa, e rappresenta il momento più cruciale della sfida manageriale.

Per quanto riguarda il negoziato commerciale internazionale, esso presenta una determinata caratteristica che lo distingue dai negoziati che hanno luogo nel mercato domestico: tale caratteristica, causa di notevoli e non infrequenti difficoltà, consiste nella diversità culturale della controparte. Il processo atto a gestire i rapporti diventa infatti più complesso quando riguarda più di una cultura.

Per concludere, si può dunque affermare che i negoziati commerciali internazionali:

- rappresentano un momento cruciale del processo manageriale;
- rappresentano la più grande sfida comunicativa del processo manageriale;
- presentano una difficoltà in più rispetto ai negoziati domestici: la diversità culturale della controparte.

1.2 IL MERCATO CINESE E LA SFIDA DEL NEGOZIATO SINO-OCIDENTALE

Durante il periodo di riforma e apertura inaugurato da Deng Xiaoping nel 1978, l'economia della Cina intera si è aperta all'Occidente, attirando l'interesse delle comunità commerciali occidentali, entusiaste di poter investire nel mercato emergente più grande del mondo.

L'ascesa dell'economia cinese ha seguito varie tappe:

- inizialmente la Cina ha dato slancio alla propria economia promuovendo una politica di apertura agli investimenti esteri e all'acquisizione di tecnologie provenienti dalle aziende occidentali, il che ha favorito una crescita economica incredibilmente rapida;
- nel 2001, la Cina è entrata a far parte del WTO, integrandosi così a tutti gli effetti nell'economia mondiale; a partire da questo momento, rendendosi conto che per garantire una crescita economica costante era necessario andare oltre la politica di semplice attrazione del capitale estero, la Cina ha intrapreso una politica economica finalizzata ad accedere alle fonti di energia, nazionali ed estere: ciò era



Università
Ca' Foscari
Venezia

necessario per poter iniziare a concentrare l'attività verso l'alta tecnologia e i settori strategici (telecomunicazioni, elettronica, trasporti su rotaia, settore aeronautico, esplorazione nello spazio), il cui sviluppo avrebbe appunto garantito al Paese un'ulteriore crescita economica. L'ulteriore slancio preso dall'economia cinese a partire dal 2001 ha iniziato a risultare in vari primati della potenza asiatica;

-nel 2003 la Cina ha infatti superato gli Stati Uniti, balzando al primo posto come meta degli investimenti stranieri;

-nel 2005, la Cina si è aggiudicato il primato di maggiore consumatore mondiale di prodotti industriali e agricoli, superando gli Stati Uniti;

-nel 2007, ha superato la Germania diventando primo esportatore mondiale;

-infine, nel 2010 ha superato il Giappone, diventando seconda potenza economica mondiale, seconda solo agli Stati Uniti.

Il mercato cinese, oltre a essere un interlocutore mondiale nelle importazioni e esportazioni di quasi tutti i Paesi del mondo, negli ultimi dieci anni è gradualmente diventato una delle mete predilette di una nuova ondata di investimenti, diversi da quelli degli anni Ottanta che puntavano sulla produzione a basso costo: oggi, infatti, la priorità di un numero crescente di imprenditori è quello di andare in Cina per sfruttare le potenzialità del consumo locale.

In definitiva, oggi i rapporti commerciali che legano Cina e Occidente sono di tre tipi: importazione, esportazione e investimento in loco.

Qualunque sia il tipo di rapporto che si venga a creare tra una parte cinese e una parte occidentale, è sempre comunque presente una fase di negoziato. Tuttavia, i commercianti occidentali si trovano spesso a dover affrontare molte difficoltà nel negoziare con una controparte cinese. Le difficoltà nascono dallo scontrarsi di due stili negoziale assolutamente diversi, e tali diversità spesso alimentano nelle due parti delle percezioni reciproche che non corrispondono al vero: infatti, molti occidentali considerano i negozianti cinesi inefficienti, indiretti e addirittura disonesti, mentre dal canto loro i negozianti cinesi hanno spesso



l'impressione che la loro controparte occidentale sia aggressiva, impersonale e non sincera.

1.3 COMPRENDERE LA CULTURA CINESE: LA CHIAVE AL SUCCESSO NEGOZIALE

Abbiamo visto che i negoziati commerciali internazionali presentano, rispetto ai negoziati commerciali domestici, la difficoltà della diversità culturale.

In generale, i negoziati sono influenzati da quattro fattori:

- la cultura delle parti
- la strategia adottata
- il background delle parti (es.: prestigio e importanza dell'azienda, capitale a disposizione)
- l'atmosfera negoziale (determinata da fattori quali ad es.: precedenti collaborazioni, presenza pressante di competitori, ecc.)

Tra tutti questi fattori, quello che influenza maggiormente il negoziato internazionale è il fattore culturale. Da ciò è possibile dedurre che, nei negoziati commerciali internazionali, le maggiori sfide e difficoltà derivano da incomprensioni culturali. Questo è il motivo per cui comprendere la cultura della propria controparte è fondamentale ai fini del buon esito negoziale.

A supporto della tesi secondo la quale il fattore più influente nel contesto negoziale è quello culturale, è possibile fare riferimento alla teoria costruzionista. La teoria del costruzionismo sociale, o più semplicemente costruzionismo, è una teoria che è stata formulata nell'ambito della scienza delle Relazioni Internazionali. Le varie teorie che sono state sviluppate nell'ambito della scienza delle Relazioni Internazionali vengono raggruppate in due filoni principali, quello materialista e quello costruzionista. La teoria costruzionista, la più recente tra le due, si pone appunto come alternativa a quella materialista.

Secondo la teoria materialista il sistema internazionale esiste di per sé, non è cioè frutto dell'interazione fra i vari Stati. A dominare il comportamento dei singoli Stati e le relazioni fra i vari Stati vi è solo il potere materiale, ovvero la forza militare e la capacità economica. E' solo il potere materiale e non



l'interazione con gli altri Stati a determinare l'identità e gli interessi di uno Stato: gli Stati sanno cioè chi sono e cosa vogliono prima di iniziare a interagire fra loro.

Secondo la teoria costruzionista invece, il sistema internazionale esiste in quanto consapevolezza fra le persone, consapevolezza di appartenenza. Il comportamento degli Stati e le relazioni fra gli Stati sono dominati dalle idee, idee che nascono appunto dalla consapevolezza delle persone. E' attraverso l'interazione con gli altri Stati, ovvero dal flusso di idee, che si delineano l'identità e gli interessi di uno Stato. Risulta ad esempio impossibile spiegare da un punto di vista materiale il motivo per cui gli Stati Uniti temono una Corea povera in possesso di armi nucleari, ma non temono che l'Inghilterra ne possieda. Una spiegazione razionale a ciò può essere ricercata soltanto nel pensiero culturale, ovvero nelle idee.

Dunque, così come secondo la teoria costruzionista il sistema internazionale è dominato dalle idee e non dalle forze materiali, anche nel caso dei negoziati commerciali internazionali (e di tutti i negoziati in genere, nonché di tutti i tipi di relazioni umane), il fattore dominante, quello che determina maggiormente l'andamento e l'esito negoziale, è il fattore culturale, e non, come erroneamente si tende a credere, i vari fattori materiali, quali il background, la strategia, l'atmosfera. Infatti, anche se le condizioni materiali sono favorevoli, ad esempio quando il background di una parte è soddisfacente per la sua controparte, il prodotto è di qualità o il prezzo è competitivo, basta tuttavia che una delle due parti dica o faccia qualcosa che nella cultura della controparte è considerato inammissibile, e l'intero negoziato potrebbe essere compromesso, a causa di una incomprensione culturale.

Prestare attenzione alle diversità culturali della controparte è dunque essenziale ai fini del buon esito negoziale. Ciò significa che, in sede negoziale, oltre a preoccuparsi degli aspetti materiali, i negozianti dovranno anche avere cura di non trasgredire le cosiddette "regole d'etichetta", ovvero una serie di norme e comportamenti standardizzati, richieste in ambito negoziale dalla cultura della controparte. Oggi che i negoziati con la Cina sono diventati ormai molto frequenti



e comuni, le regole d'etichetta richieste in ambito commerciale dalla cultura cinese sono ormai note a tutti i negozianti e riguardano il modo di vestire, di porgere il biglietto da visita, di stringere la mano e presentarsi, i banchetti, i doni, gli argomenti di conversazione.

Volendo dunque riassumere, le difficoltà negoziali di cui la parte occidentale dovrà tenere conto nell'intraprendere un negoziato sino-occidentale sono le seguenti:

-difficoltà materiali (influiscono su tutti i negoziati commerciali):

- 1) strategia negoziale della controparte;
- 2) proprio background (capitale a disposizione, esperienza, ecc.);
- 3) atmosfera negoziale (precedenti collaborazioni con la controparte, presenza pressante di competitori, ecc.);

-difficoltà non materiali (influiscono soprattutto sui negoziati commerciali internazionali):

- 1) diversità culturale tra le parti.

Tra queste, le difficoltà che derivano dalla diversità culturale sono quelle che influenzano maggiormente l'andamento e l'esito del negoziato.

Chiarito ciò, poiché l'argomento del presente lavoro fa riferimento ai negoziati commerciali sino-occidentali, è necessario specificare un punto chiave, ovvero che negoziare con una controparte cinese pone la parte occidentale di fronte a un'ulteriore difficoltà:

-difficoltà non materiale (influisce solo sui negoziati sino-occidentali):

estrema distanza culturale tra Cina e Occidente.

Come ha sottolineato il filosofo francese François Jullien :

La Cina sembra essere la sola grande civiltà che si è sviluppata al di fuori del pensiero europeo. [...] essa offre un altrove distante dai nostri punti di riferimento. Se si cerca un'esteriorità della lingua non la si potrà infatti trovare in India, visto che il sanscrito appartiene alla famiglia delle lingue indoeuropee. Allo stesso modo, se si cerca un'esteriorità nella storia, non la si potrà rintracciare nel mondo arabo o ebraico, legati da mille fili alla storia dell'Occidente. Per chi intende uscire dal pensiero europeo,



volgendosi tuttavia verso un mondo ugualmente elaborato, civilizzato, testualizzato come il nostro in Europa, non c'è che la Cina.¹

Nei negoziati internazionali vi è di solito un legame di fondo, storico o magari linguistico, grazie al quale le parti sono in grado di intendersi fino a un certo punto: superato il cosiddetto “punto d'intesa”, iniziano le diversità culturali, che però possono essere gestite attenendosi alle regole d'etichetta delle culture delle rispettive parti, regole che saranno tanto più diverse tra loro quanto più profonda è la diversità culturale tra le parti.

Poiché tra la cultura Occidentale e quella cinese non esiste alcun legame di fondo, e anzi la Cina rappresenta, filosoficamente parlando, l'“Altro” rispetto all'Occidente, appare subito chiaro che prestare attenzione alle diversità culturali della parte cinese, rispettando cioè le regole d'etichetta ormai ampiamente conosciute, non è abbastanza per arginare le difficoltà dovute alla grande differenza culturale. In mancanza di questo legame di fondo tra le due culture, a causa della quale la cultura cinese risulta estranea a quella occidentale e viceversa, il negoziante occidentale, per evitare che il negoziato approdi a un cattivo esito a causa della grande diversità culturale, dovrà sì attenersi alle regole d'etichetta, ma dovrà anche andare oltre, curandosi di comprendere la cultura cinese.

Di seguito si cercherà di fornire uno strumento che possa essere utile al commerciante occidentale che intraprende o desidera iniziare a intraprendere rapporti commerciali con la Cina: verranno presi in esame gli aspetti del pensiero cinese che maggiormente influenzano lo stile negoziale cinese, e verrà illustrato in che modo tali aspetti esercitano la loro influenza in ambito negoziale.

Comprendere la cultura cinese dalle radici permetterà al negoziante occidentale di capire meglio lo stile negoziale della sua controparte, evitando in questo modo che il negoziato fallisca a causa di incomprensioni culturali fra le parti, come spesso accade, e spianando la strada verso una collaborazione duratura e proficua.

¹ Jullien, *op.cit.*, p. 3.



1.4 CONFUCIANESIMO, TAOISMO E I TRENTASEI STRATAGEMMI: ANALISI DEGLI ASPETTI CHE INFLUENZANO MAGGIORMENTE L'APPROCCIO CINESE AL NEGOZIATO COMMERCIALE

L'approccio al negoziato commerciale, a cui d'ora in avanti si riferirà in forma abbreviata come a stile negoziale, è sempre e soprattutto influenzato dalla cultura nazionale. Lo stile negoziale e l'intera cultura commerciale cinese sono influenzati soprattutto da tre aspetti della cultura cinese: la filosofia confuciana, la filosofia taoista e i Trentasei stratagemmi.

Prima di iniziare a parlare di questi tre aspetti, è bene chiarire che essi affondano le radici nel concetto di armonia, che è la base di tutto il pensiero cinese, e che deriva da nozioni di origine contadina a da comportamenti religiosi arcaici dei tempi protostorici.

1.4.1 Confucianesimo e Taoismo

L'obiettivo della filosofia confuciana, nata nel sesto secolo a.C. (Confucio visse tra il 551 e il 479 a.C.), è l'armonia tra gli uomini. Il Confucianesimo nasce come forma di etica morale e dottrina pratica delle relazioni interpersonali, finalizzato a ripristinare l'armonia sociale in Cina in un periodo in cui il Paese era dilaniato dalla guerra, all'epoca degli Stati Combattenti.

Secondo la dottrina confuciana, la condizione per far regnare l'armonia era garantire ordine sociale. Per garantire ordine sociale, Confucio istituì delle norme, dei principi etici che si rifacevano alle antiche norme rituali dell'era passata. Tali norme sono riassumibili nelle Tre Guide Cardine e nelle Cinque virtù costanti (三纲五常 sangangwuchang). Le Tre Guide Cardine sono: il governante guida il suddito, il padre guida il figlio, il marito guida la moglie; le Cinque Guide Cardine sono: benevolenza, rettitudine, rispetto, conoscenza, sincerità. Esse riassumono il comportamento da tenere sia in ambito individuale che in ambito sociale.

Confucio capì che per far rispettare le norme non bisognava ricorrere alle leggi, ma alla morale: la legge, se trasgredita, porta alla punizione, ma la morale,



se trasgredita, provoca un senso di vergogna, un deterrente ben più efficace per garantire il rispetto delle norme.

Riassumendo, la filosofia confuciana ricerca l'armonia sociale, tra uomo e uomo, e offre una forma di etica morale e una dottrina pratica per coltivare tale armonia tra gli uomini. Nonostante la speculazione filosofica del confucianesimo si concentri sull'agire umano e dunque sulla sfera sociale, esso si è sempre mostrato fin dalle origini estremamente sensibile anche alla sfera spirituale, ovvero al rapporto dell'uomo con il divino, con l'universo:

E' vero che nella letteratura confuciana di epoca classica la preoccupazione rivolta all'agire sembra prevalere, ma a ben vedere tale preminenza è solo l'aspetto immediatamente percepibile del progetto pedagogico confuciano, che a una lettura più attenta si rivela invece più articolato e ricco.²

La visione spirituale del confucianesimo affonda le radici nel pensiero metafisico della cosmologia cinese, il cui studio è prevalentemente oggetto della filosofia taoista, di cui si parlerà in seguito.

La filosofia confuciana è stata adottata dai governanti fin dalla sua nascita, ed è stata applicata invariabilmente per governare per più di duemila e cinquecento anni, fino alla caduta del sistema imperiale: una così duratura applicazione delle norme confuciane ha fatto sì che esse si radicassero profondamente nel pensiero cinese, che ancora al giorno d'oggi continua a esserne fortemente influenzato. Come afferma Scarpari:³

Essi [i principi etici confuciani] sono così intimamente radicati nel tessuto sociale e politico da venir percepiti come costituenti essenziali e imprescindibili della natura umana, avendo impresso un'impronta indelebile sull'educazione, sulla cultura, sulla politica, sugli stili di governo. Un cinese, sia esso buddista, daoista, musulmano, cristiano o ateo, difficilmente sarà in grado di svincolarsi dalle proprie radici confuciane. Sarebbe perciò impossibile farsi un'idea della Cina senza tener conto del ruolo di primo piano che per secoli ha esercitato e ancora esercita su uomini e istituzioni il confucianesimo [...].

² Scarpari, *op.cit.*, p.63.

³ Scarpari, *op.cit.*, p.3.



Il confucianesimo è dunque arrivato a esercitare sul pensiero cinese un'influenza a livello di impostazione mentale: esso ha favorito lo sviluppo di un'impostazione mentale incentrata sulla logica, e tale logica è incentrata sul senso morale del dovere.

La filosofia taoista, istituzionalizzatasi all'incirca nel primo secolo d.C., ha dato voce alle nozioni millenarie della metafisica e della cosmologia cinese, ponendosi come obiettivo l'insegnamento del *dao* 道, generalmente reso con «Via», l'intima legge dell'Universo; tramite l'insegnamento del *dao*, il taoismo ha voluto fornire all'uomo gli strumenti per vivere in armonia con sé stesso e con tutto l'universo, con tutta la natura.

Vediamo dunque cosa la cultura cinese intende per *dao*: esso è l'origine immutabile e immutata di tutte le cose, è autosufficiente, «in grado di generarsi da sé e di produrre autonomamente quanto gli necessita senza che venga chiamato in causa un artefice superiore, un Dio supremo protagonista della creazione»⁴:⁵

Da quest' entità misteriosa, silente e vaga ma onnipresente, «così vasta che nessuno ne conosce i confini più estremi, così impetuosa che nessuno sa dove si ferma»⁶, esistente «fin dalla più remota antichità, quando ancora Cielo e Terra non esistevano e vi erano solo apparenze senza forma»⁷, hanno preso vita le innumerevoli entità, i diecimila esseri e processi (*wanwu* 万物): «Il *dao* generò l'uno, e da uno furon due, e da due, tre, e da tre ecco i diecimila esseri. Questi portan sul dorso *yin* e stringono al petto *yang*. E dal congiungersi dei soffi vitali all'armonia giungono»⁸, recita un'altra celebre stanza del *Daodejing*.

⁴ Scarpari, *op.cit.*, p.67.

⁵ Scarpari, *op. cit.*, p.67.

⁶ *Huainanzi* 7, in *Huainan jizheng*, a cura di Liu Jiali, Zhonghua shuju, Beijing, 1924, citato da Scarpari, *op. cit.*, p.67.

⁷ *Huainanzi* 7, in *Huainan jizheng*, a cura di Liu Jiali, Zhonghua shuju, Beijing, 1924, citato da Scarpari, *op. cit.*, p.67.

⁸ *Daodejing* 42, *Laozi jiaoshi*, a cura di Zhu Qianzhi, Zhonghua shuju, Beijing, 1963, citato da Scarpari, *op.cit.*, p.67.



Università
Ca'Foscari
Venezia

Il principio alla base del *dao* è l'armonia (*hexie* 和谐), principio che sta alla base anche di tutte le sue espressioni, o manifestazioni, che consistono nei soffi vitali (*qi* 气), i quali permeano tutto l'universo e senza i quali l'universo non esisterebbe.

L'armonia sta dunque alla base dell'equilibrio dell'universo ed è essenziale per la corretta relazione tra uomo e natura, tra uomo e cosmo. Da cosa è data dunque l'armonia? Dall'alternarsi degli opposti e complementari *yin* 阴 e *yang* 阳 (vedere schema sottostante), senza interferenze, ovvero secondo il principio della non-azione (*wuwei* 无为), che è da intendersi non come inerzia o ozio, ma come conformarsi all'infinita ciclicità degli opposti e complementari *yin* e *yang* senza ostacolarli.

Il taoismo fornisce dunque all'uomo gli strumenti per raggiungere l'armonia con sé stesso e con tutto l'universo, e tali strumenti sono la conoscenza dell'intima legge dell'universo, il *dao*, la strada in continua evoluzione che, seguendo i principi di *yin* e *yang* e della non-azione, porta all'armonia.

Yin	Yang
Principio femminile	Principio maschile
Terra	Cielo
Buio	Luce
Vuoto	Pieno
Carenza	Eccesso
Inverno	Estate
Acqua	Fuoco
Freddo	Calore
Materia	Energia
Profondità	Superficie

1.4.1.1 Il rispetto per la gerarchia sociale

Come abbiamo visto, per Confucio l'ordine sociale è la base per garantire l'armonia in società; per garantire tale ordine, Confucio aveva stilato delle norme.



Egli sosteneva che, per conseguire ordine sociale, era necessario innanzitutto istituire e far rispettare una gerarchia sociale. Le norme che regolavano la gerarchia sociale possono riassumersi nei seguenti principi:

- Tre Guide Cardine (*sangang* 三纲): il sovrano guida il suddito, il padre guida il figlio, il marito guida la moglie;

-Principio della rettificazione dei nomi (*zhengming* 正名): che il sovrano agisca da sovrano, il ministro da ministro, il padre da padre, il figlio da figlio

Per far sì che in società vigesse l'armonia, ognuno aveva dunque il compito di rispettare l'ordine gerarchico e assolvere al meglio il proprio ruolo nella comunità. Il rispetto per la gerarchia sociale si è tramandato nel corso dei secoli, e al giorno d'oggi ogni persona cinese è ancora profondamente consapevole della posizione che occupa all'interno della società (status sociale) e di come deve comportarsi in base alla propria posizione. A livello pratico, il rispetto per la gerarchia sociale si riflette nell'adempimento dei propri doveri sociali legati al proprio status, e in un profondo rispetto verso i superiori e i genitori: età e rango sono rispettate in Cina e ci si aspetta che i giovani obbediscano agli anziani senza fare obiezioni.

Nella società cinese, dunque, le persone non stanno sullo stesso livello, ma lungo una scala gerarchica. Per citare alcuni esempi di come il rispetto per la gerarchia e la consapevolezza del proprio status sociale si rifletta ancora oggi nel quotidiano, basti pensare che in famiglia tra fratelli è naturale chiamarsi “fratello maggiore” e “fratello minore”; in ambito lavorativo, se fra due persone sussiste un rapporto gerarchico, il subordinato chiama il superiore con la qualifica che gli spetta, e se tale rapporto non esiste, lo chiama *lao Zhang* o *xiao Zhang* (vecchio Zhang o piccolo Zhang) a seconda che l'altro sia considerato vecchio o giovane nella società.

1.4.1.2 L'importanza delle relazioni interpersonali: il concetto di *guanxi*



Sulla base delle norme che regolavano la gerarchia sociale, la Cina antica aveva redatto la lista dei Cinque Relazioni (*wulun* 五轮) che potevano presiedere ai rapporti tra le persone:

- sovrano-suddito
- padre-figlio
- marito-moglie
- più vecchio-più giovane
- amico-amico

Il senso di rispetto per la gerarchia sociale e di consapevolezza del proprio status sociale è così forte in Cina, oggi come nell'antichità, che la società cinese, piuttosto che essere incentrata sull'importanza dell'individuo come lo è in Occidente, essendo una società gerarchizzata è incentrata sull'importanza delle relazioni interpersonali, ciò che i cinesi chiamano, appunto, *guanxi*, termine paragonabile alla nostra "conoscenze". Ciò significa che in Cina la società è vista non come un insieme di individui, ma piuttosto come un insieme di nuclei definiti dalle *guanxi* che sussistono tra i membri che compongono il nucleo, il che la rende una società collettivista piuttosto che una individualista. Inoltre, i cinesi operano una netta distinzione fra i componenti della propria cerchia e chi non vi appartiene, ovvero fra il "dentro" (*nei*) e il "fuori" (*wai*).

La profondità della *guanxi* tra due persone è determinata da quanto l'una riesce a soddisfare gli interessi dell'altro e viceversa, facendogli appunto un "favore" e permettendo in questo modo l'instaurarsi di un rapporto di fiducia reciproca.

Per stabilire una *guanxi* con una persona, la prima cosa da fare è stabilire un rapporto di conoscenza, entrare cioè metaforicamente sulla soglia del suo nucleo, dal "fuori". Se si vuole stabilire una *guanxi* più profonda, bisogna capire cosa è che interessa a quella persona: rispetto gerarchico, "faccia", soldi, amicizia, ...; dando a quella persona ciò che essa cerca permette di instaurare con lei un legame di fiducia che rafforza la *guanxi*. Il sistema delle *guanxi* funziona sulla base di uno



scambio di favori (*huibao*): quando a una persona si fa un favore, dandogli ciò che gli interessa, chi riceve il favore sa di doverlo ricambiare per tornare “in pari”.

Solitamente la *guanxi* più forte è quella familiare, perché è quella che sussiste dalla nascita, in cui la fiducia è più salda. Il nucleo di base della società cinese è infatti incentrato sulla famiglia, e può estendersi in un network senza fine attraverso il lavoro, la scuola, le amicizie, la politica, ecc..; lo Stato, in ultimis, è considerato la famiglia gigantesca a cui tutto il popolo cinese appartiene.

1.4.1.3 La supremazia dell'etica morale sulla pratica legale

Per garantire che venissero rispettate le norme che regolavano l'ordine sociale, Confucio stabilì che era necessario governare con la morale piuttosto che con la legge: la vergogna causata dalla trasgressione delle norme si sarebbe infatti rivelata un deterrente molto più efficace della punizione prevista dalla legge. Un passo dei Dialoghi recita a proposito:⁹

Il Maestro disse: «Se si governa con le leggi e si mantiene l'ordine infliggendo punizioni, il popolo cercherà di evitarle ma non proverà alcun senso di vergogna. Ma se si governa con l'eccellenza morale e si mantiene l'ordine mediante l'osservanza delle norme rituali, allora nel popolo si radicheranno il senso di vergogna e la disciplina».

Le norme confuciane hanno chiaramente stabilito il comportamento da tenere in società, e la morale giustificava tali norme. In questo modo, il confucianesimo ha favorito lo sviluppo di un'impostazione mentale molto logica, incentrata appunto sul senso morale del dovere. E un governo incentrato sulla morale fa sì che la legge diventi pressoché superflua.

Ne consegue che l'individuo è molto chiaro di quello che deve fare (comportamento morale) e di quello che non deve fare (comportamento immorale), e si aspetta che chi ha di fronte sia altrettanto chiaro. E' per questo che nell'antichità era la norma che un accordo venisse suggellato a parole, da un cenno d'assenso del capo o da una stretta di mano. Il senso morale del dovere ha fatto sì che l'utilità della legge divenisse quasi superflua, e in molti casi ancora

⁹ Lippiello, Tiziana, *Confucio. Dialoghi*, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino, 2006, p. 11.



oggi, nel caso di dispute, contenziosi, offese e comportamenti anti-etici, i cinesi sono soliti contare sulla denuncia pubblica per stabilire chi ha torto e chi ha ragione, affidandosi al senso morale del pubblico anziché alla legge, nonostante al giorno d'oggi la Cina disponga ormai di un sistema legale sofisticato e istituzionalizzato.

1.4.1.4 Il concetto di *mianzi*

Mianzi 面子, “faccia”, significa prestigio agli occhi dei propri pari, è il segno della propria dignità professionale¹⁰. La “faccia” rappresenta un valore concreto: essa può essere guadagnata, persa, data o tolta. La quantità di faccia di una persona definisce la sua posizione nell'ambito della sua cerchia sociale di *guanxi*: la faccia misura quindi il valore sociale di una persona. L'importanza attribuita ai cinesi alla “facciata”, a come si appare, costituisce in realtà un aspetto molto profondo e ben radicato nella mentalità cinese, in quanto è direttamente collegato al concetto confuciano di dovere morale e al concetto di vergogna per la trasgressione del proprio dovere morale: il dovere morale, come si è visto, consiste nel rispettare le norme confuciane, in primis quelle che regolano la gerarchia sociale e la posizione sociale. Fare il proprio dovere fa “guadagnare faccia”(gei mianzi 给面子) e dunque prestigio nei confronti della propria persona, mentre trasgredire il proprio dovere è ciò che fa “perdere faccia” (diu mianzi 丢面子).

Una persona può perdere la faccia deludendo le aspettative altrui e diventando dunque “inaffidabile”, ad esempio contravvenendo agli obblighi delle *guanxi*, mancando a una promessa fatta, comportandosi in modo immorale o venendo pubblicamente criticati. E' necessario anche ricordare che, in una società collettivista come quella cinese, la faccia di una persona è associata indissolubilmente alla faccia del gruppo a cui appartiene, sia esso la famiglia, l'impresa o l'istituzione che egli rappresenta.

1.4.2 I Trentasei stratagemmi

¹⁰ Abbiati, *op.cit.*, p.196.



Il testo dei *Trentasei stratagemmi* è un compendio compilato all'epoca dei tardi Ming (1368-1644) da un autore anonimo, il quale ha raccolto una selezione di antiche massime cinesi, probabilmente tramandate per secoli in forma orale, per lo più ispirate a episodi storici dell'epoca degli Stati Combattenti (453-222. a.C.) e del periodo dei Tre Regni (220-265).

Le massime sono interpretate nei *Trentasei stratagemmi* come un corpus di tattiche militari, particolarmente mirate alla guerra psicologica, il cui obiettivo è infatti quello di ottenere vantaggio non solo materiale ma soprattutto psicologico sull'avversario: il concetto di base dei *Trentasei stratagemmi* è infatti “sconfiggere il nemico senza combattere” concetto espresso dal più grande stratega militare mai esistito, Sun Tzu. Sono oggi applicate in Cina in molti campi di attività, e possono quindi essere utili per comprendere meglio le strategie dei negozianti cinesi.

Gli stratagemmi descritti sono suddivisi in gruppi di sei; i primi tre gruppi sono da usare per l'offesa (1-18), gli ultimi tre per la difesa (19-36):

- gli stratagemmi del vantaggio, per sfruttare pienamente le situazioni favorevoli senza andare al di là delle proprie forze (1-6)
- gli stratagemmi delle opportunità, per non sprecare nessuna occasione, per quanto piccola (7-12)
- gli stratagemmi dell'attacco, per evitare scontri frontali (13-18)
- gli stratagemmi della confusione, per trarre giovamento da situazioni di disordine (19-24)
- gli stratagemmi dell'inganno, per disorientare e guadagnare terreno (25-30)
- gli stratagemmi della disperazione, per sottrarsi alle sconfitte e contenere le perdite (31-36)

	Stratagemma	Interpretazione
1	Attraversare il mare senza che il cielo lo	Se vuoi agire senza essere



Università
Ca' Foscari
Venezia

- | | | |
|----|--|--|
| | sappia. | scoperto, opera alla luce del sole tenendo nascoste le tue vere intenzioni. |
| 2 | Assediare Wei per liberare Zhao. | Non cercare lo scontro frontale, ma attacca l'avversario nei suoi punti deboli. |
| 3 | Uccidere con un coltello preso in prestito da altri. | Usa le risorse altrui per compiere il tuo lavoro. |
| 4 | Conservare le proprie forze in attesa che l'avversario si stanchi. | Lascia che l'avversario si logori da sé e poi attacca con forza. |
| 5 | Saccheggiare la casa quando è in fiamme. | Attacca quando l'avversario si trova in difficoltà. |
| 6 | Fingere un affronto a est e attaccare a ovest. | Confondi l'avversario e mandalo fuori strada. |
| 7 | Far nascere qualcosa dal nulla. | Cogli l'avversario con la guardia abbassata e sfrutta l'occasione. |
| 8 | Passare nascosto da Chencang. | Predisponi una falsa via d'attacco e colpisci di sorpresa da un'altra direzione. |
| 9 | Sorvegliare l'incendio dall'altra sponda del fiume. | Lascia che i tuoi avversari combattano tra loro e poi sbaraglia il sopravvissuto. |
| 10 | Nascondere il pugnale dietro a un sorriso. | Fai in modo che il tuo avversario non sia consapevole della tua ostilità. |
| 11 | Rinunziare ai fiori del pruno per ottenere i fiori del pesco. | Sacrifica gli obiettivi meno importanti per conseguire quelli essenziali. |
| 12 | Non lasciarsi sfuggire l'occasione di portar via una capra. | Approfitta di ogni opportunità offerta dalla negligenza o dall'incompetenza dell'avversario. |
| 13 | Buttare l'erba per snidare le serpi. | Sferra un attacco fulmineo per studiare la reazione dell'avversario. |
| 14 | Resuscitare un cadavere. | Dai nuova vita a qualcosa di vecchio e superato servendotene per i tuoi fini. |



Università
Ca' Foscari
Venezia

- | | |
|---|---|
| 15 Stanare la tigre dalla montagna. | Priva l'avversario della sua posizione di vantaggio portandolo fuori dal suo <i>habitat</i> naturale. |
| 16 Allentare la presa per poi stringere il laccio. | Lascia che l'avversario si illudi di poter prendere la via della fuga e catturalo prima che riesca a impegnarsi in una lotta disperata. |
| 17 Sprecare un mattone per ottenere una giada. | Serviti di un'esca allettante per catturare una grande preda. |
| 18 Annientare il nemico catturandone il capo. | Colpisci il comandante e gli avversari si disperderanno o passeranno dalla tua parte. |
| 19 Togliere la legna da sotto la pentola. | Risolvi i problemi andando alla radice. |
| 20 Prendere il pesce quando l'acqua è agitata. | Disorienta l'avversario creandogli intorno disordine e scompiglio. |
| 21 Fare come la cicala quando si libera della sua corazza. | Ritirati in segreto, lasciando dietro di te un guscio vuoto che attragga su di sé l'attenzione dell'avversario. |
| 22 Chiudere la porta per acchiappare il ladro. | Non lasciare vie di fuga all'avversario: se lo lasci fuggire tornerà a combatterti. |
| 23 Stringi un'alleanza con uno stato lontano per attaccarne uno vicino. | Trova intese con gli avversari distanti: potranno esserti utili come alleati temporanei e ti permetteranno di affrontare al meglio i nemici vicini. |
| 24 Procurarsi una strada sicura per conquistare il regno di Guo. | Aiuta chi è debole e non costituisce una minaccia: in futuro diventerà un alleato. |
| 25 Rubare architrave e pilastri e sostituirli con assi fradice. | Sabota il sostegno su cui si regge il tuo avversario. |
| 26 Indicare il gelso ma insultare l'acacia. | Ingiuria l'avversario e mina la sua credibilità in maniera indiretta. |
| 27 Fingersi stupidi. | Fai in modo che |



Università
Ca'Foscari
Venezia

- | | | |
|----|--|--|
| 28 | Togliere la scala dopo che è stata usata per salire sul tetto. | l'avversario ti sottovaluti. Attira l'avversario in una trappola e togligli ogni via di fuga. |
| 29 | Decorare gli alberi spogli con fiori di seta. | Creare false situazioni per confondere l'avversario. |
| 30 | Trasformarsi da ospite in padrone di casa. | Infiltrati tra i nemici per scoprirne le debolezze e minarne dall'interno i punti di forza. |
| 31 | Stratagemma della bella donna. | Usa la bellezza femminile per irretire gli avversari e fomentare dissidi tra loro. |
| 32 | Stratagemma della città vuota. | Svuota la città e fa' si che l'avversario la creda piena di trappole sopravvalutando la tua forza. |
| 33 | Stratagemma del controspionaggio. | Usa le spie del nemico contro di lui, per diffondere informazioni false e seminare sospetto e discordia. |
| 34 | Stratagemma della grande sofferenza. | Causa un danno a te stesso per fare abbassare la guardia al nemico e così guadagnarne il favore. |
| 35 | Stratagemmi concatenati. | Metti in campo contemporaneamente più stratagemmi così che, se anche uno fallisce, avrai altre possibilità davanti a te. |
| 36 | La ritirata quale scelta migliore. | Quando non sei tu a impostare il gioco ed è chiaro che stai andando incontro a una sconfitta, chiamati fuori. |

1.5. ANALISI CULTURALE DELLO STILE NEGOZIALE CINESE

Conoscere e “assimilare” gli aspetti della cultura cinese appena illustrati permetterà di comprendere più facilmente lo stile negoziale cinese, favorendo in questo modo l'andamento del negoziato e l'esito negoziale stesso.



1.5.1. L'importanza della posizione gerarchica

Secondo la dottrina confuciana, ogni individuo deve comportarsi in base al proprio status sociale e rispettare la gerarchia sociale, e ciò vale in ogni ambito, compreso quello lavorativo, e si riflette nell'organizzazione di ogni struttura, dalla famiglia all'azienda e fino allo Stato.

Le aziende cinesi seguono una struttura gerarchica che è essenzialmente di stampo confuciano, con un supervisore in cima alla piramide che dirige le azioni dei suoi subordinati: il ruolo del supervisore è paragonabile a quello del padre nell'ambito della famiglia confuciana, e il ruolo dei suoi subordinati a quello dei figli: il supervisore chiede lealtà e rispetto, offrendo in cambio protezione e sicurezza. Sul luogo di lavoro poi, la gerarchia è dettata in base all'anzianità: le persone più anziane, trovandosi più in alto nella scala gerarchica confuciana, godono di maggiore rispetto, attenzione e considerazione dei giovani, e detengono le posizioni più importanti.

In ambito negoziale, il rispetto per la gerarchia e la considerazione per il proprio status sociale si riflettono sul modo in cui i membri della parte cinese si chiamano tra loro, sul modo in cui salutano, a chi spetta parlare durante gli incontri negoziali, e su come vengono prese le decisioni. Per quanto riguarda gli appellativi, è importante tenere in considerazione lo status sociale della persona a cui si sta parlando; i cinesi si chiamano con il nome della carica corrispondente preceduta dal cognome (in lingua inglese o italiana bisognerà invece far seguire il cognome alla carica): se un rappresentante occidentale, per esprimere amicizia o sottolineare lo stretto legame della relazione che intrattiene con quella persona, chiama un rappresentante cinese anziano, e dunque importante nella gerarchia aziendale, per nome, senza l'aggiunta del suo titolo formale, agli occhi dei cinesi ciò viene visto come un atto di grande maleducazione.

Nel salutarsi, è importante rispettare la gerarchia e stringere la mano in segno di saluto partendo sempre dai rappresentanti della parte cinese più in alto nella scala gerarchica aziendale, e a tale scopo è bene informarsi in precedenza relativamente ai membri della delegazione cinese. Se infatti un negoziatore



occidentale, entrando in una sala riunioni, iniziasse a stringere le mani a tutti partendo dalla persona a lui più vicina, che è spesso il rappresentante che si trova più in basso sulla scala gerarchica aziendale, in quanto il capo è spesso seduto al centro della sala, ciò farebbe perdere la faccia al capo di fronte a tutti i membri del suo team, il che rappresenta un evento grave in grado di compromettere l'andamento del negoziato, come verrà visto dettagliatamente in seguito.

Anche lo stile di *decision making* è influenzato dalla gerarchia: la persona con il vero potere decisionale della parte cinese sta infatti sempre dietro le quinte, e i numerosi rappresentanti cinesi che partecipano al negoziato hanno il compito di riferirgli ogni volta tutto quello che è accaduto nel corso del negoziato, nonché di riferire alla controparte le decisioni prese dal lui prese: il continuo bisogno di riferire ogni dettaglio del negoziato ad una persona che sta dietro le quinte prima di poter esporre la propria decisione in merito a un aspetto del negoziato, allunga notevolmente i tempi negoziali, ed è ciò che causa la parte occidentale, di cui i *decision maker* prendono invece tutti parte attiva al negoziato, a considerare la parte cinese lenta e poco efficiente. In questo caso, essendo a conoscenza dello stile negoziale cinese relativo al *decision making*, l'arma migliore di cui si possa munire il negoziatore occidentale è la pazienza.

1.5.2 L'influenza delle *guanxi*

Il concetto di *guanxi* è un concetto essenziale nella società cinese, in quanto è la base su cui si muove la società e rappresenta quindi la chiave per potersi muovere all'interno di essa. In Cina, ogni ambito sociale, compreso quello lavorativo, risente del sistema delle *guanxi*, per cui per avere successo in Cina è necessario cercare di allargare e approfondire quanto più possibile il proprio *network* di *guanxi*. In ambito lavorativo e dunque anche in ambito negoziale, è bene che la persona occidentale desiderosa di instaurare rapporti commerciali con la Cina capisca fin da subito l'importanza che le *guanxi* - o conoscenze- detengono in questo Paese. Il fine stesso del negoziato è infatti per i cinesi quello di porre le basi per una cooperazione a lungo termine, dunque per un *guanxi* duraturo tra le parti, contrariamente alla visione occidentale che vede il negoziato come un



accordo tra le parti finalizzato solo al perseguimento di un obiettivo (visione a breve termine).

Per le persone occidentali le relazioni interpersonali sono importanti, ma non un prerequisito per instaurare relazioni d'affari. In Occidente, dagli accordi commerciali possono svilupparsi relazioni interpersonali, ma in Cina avviene esattamente l'opposto: è dalle relazioni interpersonali che possono nascere accordi commerciali. Inoltre, mentre gli occidentali tendono a separare in maniera netta le relazioni personali da quelle professionali, i cinesi non fanno alcuna distinzione, e anzi contano spesso sulle proprie relazioni per risolvere i problemi commerciali che si trovano ad affrontare. In ambito negoziale dunque, prima che inizino le trattative vere e proprie, la parte cinese è solita cercare di coinvolgere la controparte in una serie di attività sociali piacevoli, fargli domande relative alla sua vita privata, chiedergli dei piccoli favori: il tutto per cercare di instaurare con essa un rapporto amichevole, dandole la possibilità di entrare all'interno del suo "nucleo", il che spianerebbe la strada del successivo negoziato. Questi comportamenti rappresentano la fase iniziale della formazione di un *guanxi*, quella della conoscenza reciproca. Un simile comportamento induce spesso la controparte occidentale a vedere la parte cinese come irrispettosa del proprio tempo e della propria privacy, portandola in questo modo a chiudersi in sé stessa, comportamento che viene a sua volta interpretato dalla parte cinese come impazienza e impersonalità. Questa visione contrastante relativa alle relazioni interpersonali, porta spesso a incomprensioni e scontri nel corso dei negoziati commerciali sino-occidentali. Se la parte occidentale non risponde agli inviti di amicizia avanzati dalla parte cinese, quest'ultima la considererà come un' "estranea", non appartenente al proprio nucleo di *guanxi*, e non si farà dunque scrupolo a creare difficoltà alla controparte nel corso del negoziato, e a puntare a una soluzione finale *win-lose*. Per evitare inutili scontri e conflitti causati da un'incomprensione culturale, è necessario che la parte occidentale investa tempo ed energie per approfondire e rafforzare la propria relazione con la controparte cinese, e che sia consapevole che i suoi sforzi verranno senz'altro apprezzati e



ripagati. Dopo aver preso i primi contatti, essa potrà coltivare la propria relazione attraverso visite reciproche, cene, doni e molti altri piccoli favori che, per quanto piccoli, non verranno mai dimenticati. Allo stesso modo, è opportuno tenere sempre un conto accurato dei favori ricevuti, compresi i piccoli regali: ci sono buone probabilità che la parte cinese si aspetti di essere ricambiata in futuro. E' estremamente difficile trovare una scusa gentile per rifiutare un favore: rifiutare un favore o un'offerta di aiuto o una gentilezza può essere interpretato come un insulto piuttosto grave ed è possibile farlo solo se non si ha alcuna intenzione di proseguire nel rapporto.

La fase successiva dell'instaurarsi di un *guanxi* consiste nel guadagnarsi la fiducia dell'altro. Se la parte occidentale sarà in grado di dimostrarsi un partner solido e affidabile, la parte cinese sarà propensa a stringere con essa rapporti commerciali. A tal fine è necessario garantire la qualità del proprio prodotto, dare un'immagine chiara dell'affidabilità e della competenza della propria azienda, e della propria forza finanziaria. E' possibile "pubblicizzarsi" sia nel corso di eventi informali, come cene, sia attraverso seminari tecnici, presentazioni, pubblicità all'interno di riviste cinesi professionali.¹¹

1.5.3 Mianzi, il rispetto per la faccia

La faccia misura il valore sociale di una persona. La faccia si guadagna facendo il proprio dovere, che in ambito negoziale significa svolgere al meglio il proprio ruolo: mantenere la propria compostezza, non mostrare segni di imbarazzo, non manifestare rabbia, frustrazione o aggressione, sono tutti fattori che permettono al negoziatore di conservare la propria faccia. Mancare di svolgere al meglio il proprio ruolo, venire criticati davanti agli altri membri del proprio team, essere trattato dalla controparte in maniera non adeguata rispetto alla propria posizione all'interno dell'azienda o alla propria età, portano invece alla perdita della

¹¹ Ghauri, Pervez; Fang, Tony, "Negotiating with the Chinese: A Socio-Cultural Analysis", in *Journal of World Business*, Vol. 36 Vol.3, autunno 2001, pp. 312-313.



“faccia”.¹² E’ per questo che, in sede negoziale, il negoziatore occidentale dovrà prestare assoluta attenzione a non criticare, neanche in maniera “costruttiva”, i membri della controparte cinese: ciò sarebbe vista come un’offesa gravissima, che si ripercuoterà sicuramente sull’andamento negoziale, arrivando forse anche a terminarlo. Anche se ad essere offeso è stato un rappresentante situato sull’ultimo gradino gerarchico del team negoziale, poiché il concetto di “faccia” è collettivo, è come se fosse stata offesa l’intera azienda.¹³

L’importanza che i cinesi attribuiscono alla “faccia” spiega dunque i modi indiretti che la parte cinese adotta sempre in sede negoziale. Quando infatti il cinese vuole dare una risposta negativa a una richiesta che gli è stata fatta, eviterà in ogni modo di dire di no, per evitare che l’interlocutore “perda la faccia”, e risponderà sempre in maniera indiretta. Se non possono rispondere affermativamente, i cinesi di solito rispondono che la cosa è di difficile realizzazione, o che la stanno prendendo in considerazione, o stanno aspettando il parere di un’ autorità di grado più alto: queste espressioni di solito significano un rifiuto; in alternativa la richiesta viene ignorata, come se non fosse mai stata fatta. F.A. Gatti specifica a proposito:¹⁴

“Sì, ma è difficile” potrà sembrarci una risposta affermativa, ma in Cina significa no. Se qualcuno risponde “forse”, ma producono un suono simile un sibilo, aspirando e rivolgendo gli occhi altrove, questo significa no. Se la richiesta non è urgente, conviene rispettare queste sottigliezze e aggirare l’ostacolo.

Al contrario, far guadagnare “faccia” ai membri della controparte cinese è un modo per guadagnare la loro fiducia e rinsaldare la propria *guanxi*, il che influirà in maniera molto positiva anche sull’andamento del negoziato stesso. Modi appropriati per far guadagnare “faccia” sono, ad esempio, menzionare con frequenza i successi della controparte, evitare di menzionare in pubblico problemi

¹² Asuman, Akgunes; Culpepper, Robert, “Negotiations between Chinese and Americans: Examining the Cultural Context and Salient Factors”, in *The Journal of International Management Studies*, Vol.7 n°1, 1 Aprile 2012, p.195.

¹³ Dong, Qiumin; Lee, Yu-Feng L., “The chinese concept of face: a perspective for business communicators”, in *Journal of Business & Society*, Vol. 20, 2007, p.405.

¹⁴ Abbiati, *op.cit.*, p.197.



d'affari, e trattare la propria controparte secondo le norme d'etichetta appropriate, ad esempio offrendo un dono.¹⁵

1.5.4 La centralità dell'armonia e la visione d'insieme (*zhengti guannian*)

Il pensiero cinese è incentrato sul concetto di armonia, intesa come equilibrio di forze opposte e complementari in continua alternanza tra loro. Tale pensiero è ciò che ha dato origine alla visione olistica della realtà, o visione d'insieme, tipica dei cinesi: la realtà viene vista come un tutt'uno che si evolve seguendo il principio dell'armonia, attraverso l'alternanza ciclica di forze opposte e complementari, mentre in Occidente, al contrario, la realtà viene vista come un insieme di tanti fenomeni particolari e indipendenti. Tale visione d'insieme è applicata ad ogni aspetto della realtà: la società (insieme di relazioni), il tempo, che viene visto in maniera circolare, ecc... .

In ambito negoziale, la concezione olistica della realtà si riflette sull'approccio complessivo al negoziato e sulla gestione del tempo, che vengono visti entrambi come realtà "circolari" e non "lineari". Gli occidentali sono soliti affrontare il negoziato seguendo una scaletta lineare scandita da tempi ben precisi, che seguono passo per passo, affrontando cioè un argomento alla volta. La loro visione lineare li porta a ritenere che più argomenti si sono affrontati, più vicini si è alla conclusione del negoziato. La parte cinese invece ritiene che il negoziato vero e proprio inizi soltanto quando si sono affrontati tutti gli argomenti, il che permette loro di avere, appunto, una visione d'insieme da cui poter iniziare a fare le proprie considerazioni in merito all'affare. Essi sono soliti affrontare più argomenti contemporaneamente, per poi ritornarvi, seguendo un andamento circolare che li fa apparire spesso inconcludenti agli occhi degli occidentali. Questo approccio d'insieme al negoziato prolunga anche notevolmente i tempi negoziali, cosa che spesso porta la parte occidentale a spazientirsi. Poiché tale differenza tra la visione olistica cinese e quella particolaristica occidentale influisce alla base sull'andamento dell'intero negoziato e sui suoi tempi, è bene

¹⁵Dong; Lee, *op. cit.*, p.402.



che il negoziatore occidentale sappia come comportarsi per evitare malintesi e scontri e non dare l'impressione di essere poco affidabile. La cosa migliore è imparare ad essere pazienti; quando la parte cinese chiede di ritornare su punti già affrontati, magari anche più volte, in precedenza, è bene accontentarla: in questo modo si dimostrerà di essere affidabili, il che contribuirà a rafforzare il proprio *guanxi*, incrementando le possibilità di successo negoziale. Solo quando la parte cinese avrà ben chiara la visione d'insieme del negoziato, ed è soddisfatta della propria controparte, passerà allora a fare domande dettagliate su determinati particolari, il che rappresenta appunto un segnale positivo.

Il concetto di armonia è anche diventato il fulcro della nuova dottrina politica inaugurata nel 2004 da Hu Jintao, la cosiddetta "società armoniosa". Tale dottrina è uno strumento di *soft power*, che punta cioè a ottenere il consenso del popolo attraverso la persuasione culturale piuttosto che attraverso la coercizione economica o militare. L'obiettivo della società armoniosa è lavorare per conseguire l'armonia sia all'interno che all'esterno del Paese: all'interno ciò significa colmare il divario economico-sociale della popolazione entro il 2020, all'esterno significa garantire la convivenza pacifica con le altre nazioni. L'obiettivo che si cela dietro alla parola "armonia" è un obiettivo economico, che punta alla crescita economica del Paese e, a livello estero, all'affermazione pacifica della superpotenza cinese in ambito internazionale. Ovviamente, è sottinteso che ciò comporta necessariamente che gli Stati Uniti riconoscano la superiorità economica cinese e cedano alla Cina la loro posizione di superpotenza economica.

Nonostante le forti contraddizioni interne che rendono il miraggio dell'"armonia" ancora lontano per molti, e nonostante gli Stati Uniti non siano ancora intenzionati a rinunciare al proprio status di superpotenza economica, la dottrina del mondo armonioso si è rivelata molto efficace: il suo messaggio di armonia internazionale è stato bene accolto all'estero e ha permesso alla Cina di guadagnare credibilità e maggiore rispetto a livello internazionale. Ciò è stato



possibile grazie alla forza del suo messaggio, incentrato sul fulcro millenario della cultura cinese, appunto l'armonia.

1.5.5. L'applicazione dei Trentasei stratagemmi in ambito negoziale

Cercare di instaurare e rafforzare, fin dal primo incontro, la propria *guanxi* con la parte cinese, è fondamentale per evitare che i cinesi perdano fiducia verso la controparte e, da “negoziatori-amici”, si trasformino in “negoziatori-strateghi”. E' infatti quando la parte cinese inizia a perdere fiducia nella controparte e a percepirla come un nemico, che decide di ricorrere alle tattiche strategiche dei Trentasei stratagemmi.

L'obiettivo degli stratagemmi è quello di conseguire vantaggio psicologico sull'avversario, creando delle situazioni favorevoli da cui poterlo manipolare.

Il fare molte domande è una caratteristica tipica dei negoziatori cinesi che vogliono conseguire una “visione d'insieme” del negoziato, ma è anche una mossa strategica, corrispondente allo Stratagemma 13, “Buttare l'erba per snidare le serpi”, che può essere interpretato come: sferrare un attacco fulmineo per confondere l'avversario. Facendo tante domande, infatti, la parte cinese spera di confondere la controparte, inducendola in questo modo a esporsi per prima.

Un altro stratagemma molto usato per cercare di influenzare l'avversario è quello di ricorrere a forze esterne piuttosto che a un confronto diretto, proprio come viene esposto nello Stratagemma 2, “Assediare Wei per liberare Zhao”, che può essere interpretato come: non cercare lo scontro frontale, ma attacca l'avversario nei suoi punti deboli.

I cinesi sono soliti anche ricorrere a situazioni fittizie, da cui poter manipolare l'avversario mentre è con la guardia abbassata: Stratagemma 7, “Far nascere qualcosa dal nulla”, ovvero cogliere l'avversario con la guardia abbassata e sfruttare indi l'occasione.

2. TRADUZIONI



2.1 L'INFLUENZA DI VALORI DIFFERENTI SUI NEGOZIATI COMMERCIALI SINO-OCCIDENTALI di ZHU HUALIN

Sinopsi: Il consolidarsi della politica di riforma e apertura ha portato al progressivo aumento dei rapporti economici e commerciali internazionali, e l'importanza rivestita dai negoziati commerciali internazionali nell'ambito della conduzione aziendale sta assumendo sempre maggiore evidenza. Tra i fattori che influenzano maggiormente i negoziati commerciali internazionali vi è la diversità dei valori dei negozianti. Le differenze tra i valori delle persone si manifestano soprattutto nel corso delle relazioni sociali che esse sono tenute a gestire, sottoforma, ad esempio, di differenze tra le parti negoziali per quel che concerne lo stile di decision making, l'equità, la concezione della legge, il tempo e l'efficienza. Comprendere tali diversità tra i valori contribuisce a diminuire i conflitti in fase negoziale, a chiarire gli equivoci e a rimuovere gli ostacoli nel corso dei negoziati commerciali interculturali, e a salvaguardare e ottenere gli interessi della propria parte.

Parole chiave: negoziati commerciali; valori; differenze; influenza

I valori sono il nucleo della cultura e determinano ogni tipo di differenza culturale. Cosa si intende per valori? Secondo Li Deshun, professore di filosofia e tutor dei dottorandi presso l'Accademia Cinese delle Scienze Sociali, “ i valori sono il sistema di convinzioni, di credenze e di ideali che l'uomo ha riguardo ai valori fondamentali, sono il riflesso della condizione del valore della vita e la sintesi delle esperienze pratiche degli uomini, sono il sistema dei criteri di valutazione del profondo dell'uomo”. I valori sono la pietra angolare su cui si fonda il carattere nazionale e sono il nucleo della cultura di una nazione. Intensificare le ricerche sulle differenze tra i valori contribuisce dunque a migliorare la comunicazione interculturale, riveste un ruolo fondamentale soprattutto nel determinare il successo o meno dei negoziati commerciali interculturali, e ci permette anche di comprendere le varie differenze di stile presenti nei negoziati interculturali. Per stile s'intende l'insieme delle caratteristiche, quali il modo di pensare e di comportarsi, il modo di gestire le cose, le abitudini e gli interessi, manifestate dai negozianti nel corso del negoziato.

Secondo Nieremberg, Presidente del Negotiation Institute statunitense e rinomato avvocato, il negoziato è uno scambio di punti di vista finalizzato a



modificare i rapporti reciproci, è uno scambio di opinioni finalizzato al raggiungimento di un accordo. Il fine ultimo di un negoziato commerciale internazionale è il raggiungimento di un accordo tra le parti, ma poiché nel corso del negoziato è necessario trattare con controparti provenienti da nazioni o aree diverse, ciascuna avente valori, lingua, modi e abitudini differenti e ciascuna caratterizzata da uno stile negoziale ben distinto, ne consegue che nel corso del negoziato equivoci e conflitti risultano essere molto comuni. Molte delle attuali discussioni che riguardano i negoziati commerciali interculturali sottolineano, partendo da una visione d'insieme, in cosa consistono queste differenze, ma assai poche analizzano le cause profonde che le generano. In quanto nucleo di una cultura ed enorme forza potenziale nel determinare le sue caratteristiche, i valori sono uno dei fattori che influenzano in maniera più profonda lo stile negoziale: è probabile che ogni negoziatore, in maniera inconsapevole, trasferisca al tavolo del negoziato una prospettiva e dei comportamenti che risentono dell'influenza dei suoi valori. Dopo l'ingresso della Cina nel WTO, i negoziati commerciali sono diventati uno dei fattori cruciali nel determinare se il paese riuscirà, tra le varie opportunità e sfide, a mettersi in una posizione inattaccabile. Le differenze tra i valori delle persone si manifestano soprattutto nel corso delle relazioni sociali che esse sono tenute a gestire, pertanto l'autore delinea un'analisi delle differenze tra i valori cinesi e quelli americani presenti nei rapporti tra superiori e subordinati, nei rapporti interpersonali che si instaurano collaborando con gli altri, nei rapporti tra l'individuo e la collettività, nella concezione del tempo e in altri aspetti, e tutte queste diversità possono manifestarsi nel corso dei negoziati commerciali sino-americani sotto forma di differenze tra le parti per quel che concerne diversi aspetti, quali lo stile di decision making, l'uguaglianza, la concezione della legge, il tempo, l'efficienza.

1) Valori gerarchici diversi e differenze nello stile di decision making tra le parti

Le differenze tra la cultura cinese e quella occidentale si riflettono anche nel differente orientamento di valori: la cultura occidentale crede nella competizione e



nell'equità, attribuisce importanza al risultato e persegue il profitto. Per gli occidentali, il negoziato è dunque un mezzo finalizzato al raggiungimento di un determinato obiettivo. Gli occidentali guardano con indifferenza agli aspetti cerimoniali esteriori, ma sono molto sensibili verso ciò che concerne le questioni sostanziali. Nel corso del negoziato adottano un linguaggio diretto e si focalizzano sulle questioni che ancora non hanno risolto con la controparte. La cultura occidentale evita inoltre di mescolare le relazioni personali con la professione negoziale. La cultura americana, che attribuisce importanza al risultato, enfatizza dunque la “separazione tra le cose”, e ritiene che l'obiettivo del negoziato sia chiarire e risolvere i problemi e promuovere gli affari, mentre ritiene che i rapporti siano superficiali. Le differenze che nel corso del negoziato contraddistinguono questo tipo di orientamento di valori sono espresse dal *decision maker* e dalla competenza decisionale. Da fuori si vedono apparire sulla scena uno o due occidentali, ma dietro di loro c'è sempre un *think tank* o un corpo decisionale molto efficiente e abile: il corpo decisionale conferisce al singolo negoziatore la competenza che gli spetta, e il *think tank* gli offre assistenza per metterlo in grado di poter rispondere alle complicate domande del negoziato.

La cultura cinese è incentrata su uno standard etico, dei cui valori una delle espressioni più significative è costituita dai rapporti gerarchici tra le persone. Le Tre Guide Cardine e le Cinque Virtù Costanti erano le norme che mantenevano l'ordine nella società cinese feudale e limitavano le azioni degli uomini, e ancora oggi continuano a esercitare, in una certa misura, la loro influenza: il rapporto verticale tra superiori e subordinati è dunque da sempre piuttosto popolare in Cina e ne caratterizza la struttura sociale.¹⁶ I cinesi danno importanza alla differenza di status e alla posizione che essi stessi occupano nella scala di rapporti tra superiori e subordinati, e questa tipologia di rapporti verticali influenza costantemente il loro modo di parlare e di comportarsi. Di solito tutti i membri della parte cinese

¹⁶ Le Tre Guide Cardine sono “ il governante guida il suddito, il padre guida il figlio, il marito guida la moglie”; le Cinque Virtù Costanti sono: benevolenza, rettitudine, rispetto, conoscenza e sincerità.



partecipano al negoziato commerciale internazionale e soltanto uno di loro prende le decisioni finali. Com'è possibile immaginare, ciò può anche andare bene, se chi prende le decisioni finali è davvero un professionista, ma se questi è un dilettante sarà difficile prevedere i rischi e il risultato del negoziato. Nel corso di un negoziato dovremmo dunque riuscire a gestire in maniera scientifica e appropriata i rapporti gerarchici, gestire bene il rapporto tra “potere centralizzato” e “potere decentralizzato”, e per riuscirci dobbiamo conferire pieni poteri ai gruppi negoziali.

2) Valori emotivi diversi e differenze tra le parti negoziali nel modo di gestire i rapporti interpersonali

La cultura cinese mette in risalto i rapporti interpersonali e incoraggia l'armonia. I cinesi sono soliti considerare il negoziato un mezzo atto a stabilire un rapporto di reciproca fiducia tra le parti, sulla base del quale poter poi instaurare e mantenere un rapporto di cooperazione a lungo termine. Nel corso di un negoziato, sono abituati a raggiungere prima un accordo sugli obiettivi generali con la controparte, e si impegnano affinché gli accordi già raggiunti stimolino le parti ad avvicinarsi, cosa che ritengono importante. Questo perché essi sono convinti che, fintanto che esiste un rapporto tra le parti, queste hanno l'obbligo di considerare le necessità della controparte, e anche in caso di dispute o conflitti sarà sempre possibile trovare una risoluzione più avanti nel tempo; anche se non è momentaneamente possibile firmare un contratto, mantenere i rapporti tra le parti può porre le basi per una firma nel futuro.

Il modo di interagire degli americani mette invece in risalto l'oggi, il sé e l'agire pratico. L'individuo può rappresentare pienamente la propria azienda nel prendere decisioni, i rappresentanti inviati dalla parte americana godono spesso di ampi poteri e ciò significa che possono direttamente prendere decisioni relative agli argomenti di discussione introdotti dalla controparte, aspettandosi che i rappresentanti della parte cinese abbiano un potere analogo. Ma il meccanismo di *decision making* cinese spesso non funziona in questo modo. I negoziatori della parte cinese sono solitamente più numerosi di quelli della parte americana e la



loro gerarchia amministrativa è più complessa, al punto che la persona con il vero potere decisionale non si trova nemmeno tra i membri del gruppo negoziale. Nel corso del negoziato, il gruppo negoziale è solito riferire al proprio superiore l'esito di ciascuna fase del negoziato, il dirigente superiore necessita di un po' di tempo per vagliare la proposta e approvarla oppure per formularne una nuova, e la sua decisione viene poi nuovamente trasmessa ai membri del gruppo negoziale: questo meccanismo decisionale prolunga i tempi del negoziato e spesso non è compreso dalla parte americana.

Al momento di gestire gli aspetti conflittuali di un negoziato vengono alla luce anche le differenze tra i valori emotivi dei cinesi e quelli degli occidentali. Quando le parti entrano in conflitto durante un negoziato commerciale internazionale, la parte occidentale desidera far luce sui punti oggetto di conflitto e investe una gran quantità di tempo ed energia nel condurre un approccio comunicativo adeguato alle questioni oggetto di disputa, al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati. Essi ritengono che soltanto se si parla del problema, si concretizzano i dettagli del conflitto, si comprendono tutti i punti di vista relativi al conflitto attraverso il dialogo e si risolvono ad uno ad uno tutti gli specifici problemi, possa alla fine essere possibile risolvere il conflitto tra le parti. Nel corso del negoziato essi enfatizzano dunque l'aspetto oggettivo dei problemi, pongono in rilievo i fatti e i dati e, attraverso l'approccio comunicativo, chiariscono i propri punti di disaccordo. Se da una parte ritengono vada bene scendere a compromessi, dall'altra possono sentire di aver fallito o sentirsi frustrati, se non si giunge velocemente a un accordo: molte occasioni sono andate perse perché le parti non avevano rispettivamente compreso quello che l'altra stava pensando in un determinato momento.

I cinesi danno importanza all'armonia e non vogliono affrontare direttamente i conflitti, ritenendo che questi possano essere risolti attraverso la competizione, la cooperazione, i compromessi, l'elusione e la riconciliazione. Se nel corso di un negoziato le parti entrano in conflitto, i cinesi tendono a dare rilievo agli aspetti positivi della cooperazione bilaterale, e per equilibrare l'influenza sfavorevole che



il conflitto ha esercitato su entrambe le parti fanno il possibile per evitare che le contraddizioni si intensifichino. Anche se durante l'approccio comunicativo incontrano delle difficoltà, ritengono sia un comportamento più maturo evitare di trasmettere alla controparte segnali che possano compromettere l'armonia ed evitare di mostrare il proprio stato d'animo. Dimostrano una maggiore flessibilità nel gestire i conflitti, di fronte a questioni oggetto di disputa fanno nuove proposte o offrono soluzioni di compromesso ed evitano di aggravare le contraddizioni, il tutto per mantenere il rapporto instauratosi tra le parti.

3) Valori giuridici diversi e differenze tra le parti negoziali nel firmare e adempiere a un contratto

La firma dei contratti è fortemente influenzata dal diverso modo di concepire la legge in Cina e in Occidente. Questa diversità si manifesta principalmente nei seguenti due modi: (1) per la cultura cinese è consuetudine evitare di affrontare i problemi giuridicamente, e porre invece in risalto l'approccio teoretico-morale al problema; gran parte degli occidentali fa invece esattamente il contrario e, per la maggior parte, affronta i problemi da un punto di vista giuridico. In Cina il concetto di "supremazia dell'etica" ha sempre occupato una posizione importante nel pensiero pubblico, la prima cosa di cui ci si preoccupa in caso di disputa è come guadagnarsi il sostegno dell'opinione pubblica, conformemente all'idea che "una giusta causa gode di vasto consenso, una causa ingiusta trova scarsi appoggi", che per i cinesi ha una connotazione e un significato del tutto speciale. I cinesi sentono dunque di avere poca familiarità con l'affrontare molti dei problemi che necessitano dell'intervento della legge, mentre sono abituati a dar libero corso alla standardizzazione morale attraverso l' "organizzazione" e l'opinione pubblica. Diversamente, gli occidentali sono abituati a usare misure legislative per affrontare le dispute e a non dipendere dal ruolo della coscienza e della morale. Molte persone e aziende occidentali hanno a proprio carico consulenti legislativi e avvocati, e quando si verificano delle dispute sono gli avvocati a occuparsene. Alcuni cinesi ritengono che le dispute debbano essere risolte per mezzo di una complessa rete di rapporti interpersonali, ma per gli



occidentali non è necessariamente così. (2) La concezione egualitarista che i cinesi hanno delle classi sociali, concezione che affonda le radici in migliaia di anni di cultura feudale, gioca un ruolo particolare in ogni aspetto della vita sociale. Tra questi aspetti spicca in maniera marcata l'ideologia dello "standard del rango ufficiale", ideologia che indusse alcuni a credere nei funzionari imperiali e a disdegnare le regole, a disdegnare la legge e a contare sull'appoggio dei funzionari per sbrigare gli affari commerciali, dando per scontato che questo fosse l'unico sistema "affidabile". Uno studioso americano scrive con emozione in un suo libro: « Molti degli industriali e dei commercianti che ci è capitato di incontrare ci hanno detto di aver già imparato che in Cina basta un appuntamento dato a parole, un cenno del capo o una stretta di mano tra le persone per determinare un accordo o la possibilità che questo entri in vigore.»

Anche il contenuto degli accordi presenta differenze, nel decidere del suo contenuto gli occidentali sono estremamente esaurienti ed elaborano il maggior numero di clausole possibili, prendendo in considerazione le contingenze e gli eventi che potrebbero verificarsi. Generalmente, quando in Cina una parte asiatica e una occidentale firmano un accordo di joint venture, il testo presentato dagli occidentali è spesso lungo alcune centinaia di pagine mentre quello dei cinesi può non superare le dieci pagine. I cinesi danno importanza ai punti essenziali di un accordo e danno maggior rilievo alle promesse personali piuttosto che al contenuto dell'accordo stesso.

4) L'influenza che i valori diversi della collettività e dell'individuo esercitano sulle parti negoziali

I cinesi ritengono venga prima la collettività e poi l'individuo, e che l'individuo non possa esser separato dalla collettività, in quanto facentene parte. I cinesi hanno enfatizzato fin dall'antichità il valore della collettività, valore che è in stretto rapporto con il Confucianesimo. La scuola confuciana ha esaltato con tutte le sue forze l'ordine e l'armonia sociale e ha incoraggiato la lealtà e la responsabilità dell'individuo verso la collettività. La dottrina confuciana è una delle fonti principali della cultura tradizionale cinese. Confucio promuoveva



l'idea che “ognuno è responsabile del destino del proprio Paese”. Con ciò metteva in risalto il rapporto tra l'individuo e lo Stato. Egli diceva altresì che “se l'uomo riuscisse a disciplinare se stesso ritornando alle antiche norme rituali, il mondo intero riconoscerebbe la benevolenza in lui”, e con ciò dava espressione ai rapporti interpersonali. Ciò dimostra che la cultura cinese è una cultura della collettività, che enfatizza che l'unione fa la forza e che incarna lo spirito di gruppo. La cultura occidentale ritiene che l'uomo in quanto essere sociale abbia una doppia esistenza. Da una parte egli esiste come individuo indipendente, dall'altra esiste come membro della società. L'esistenza dell'individuo è vista come condizione di esistenza della collettività e l'intera società esalta con tutte le sue forze l'individualismo, dà grande risalto alla realizzazione dei valori individuali e giudica il valore della vita in base al successo individuale. Nella vita di ogni giorno, nello studio e nel lavoro alla gente piace essere anticonvenzionale, unica, fare di testa propria e andare per la propria strada.

Per quanto riguarda tali differenze tra i valori occidentali e orientali relativi alla “collettività” e all' “individuo”, nel corso dei negoziati commerciali gli occidentali si concentrano sul mettere in risalto il potere della collettività e la responsabilità del singolo, cioè “decentralizzano” il potere; i cinesi invece mettono in risalto la responsabilità della collettività e il potere del singolo, e cioè “centralizzano” il potere. Da fuori si vedono apparire sulla scena solo uno o due occidentali, ma dietro di loro c'è sempre un *think tank* o un corpo decisionale molto efficiente e abile. Il negoziatore principale, a cui il corpo decisionale ha conferito il corrispettivo potere, può prendere sul campo decisioni relative ai numerosi problemi concernenti il negoziato. I membri della parte cinese che partecipano al negoziato sono solitamente piuttosto numerosi, rappresentano diversi settori e hanno ciascuno un proprio ruolo, il che spesso comporta che una moltitudine di cinesi tenga testa a uno o due uomini d'affari stranieri, e che si impieghi molto tempo per trovare soluzioni ai problemi del negoziato. Nel corso di un negoziato si verificano persino discussioni tra i membri di uno stesso settore, e a volte quando non si riesce a interrompere il negoziato si chiedono istruzioni al



responsabile delle decisioni che si trova dietro le quinte. Gli occidentali non comprendono questo modo di negoziare e ritengono che tanto clamore nel corso del negoziato non solo crei difficoltà comunicative, ma conduca anche a una minore efficienza negoziale.

5) Concezioni del tempo diverse ed efficienza negoziale differente tra le parti

Differenze nella concezione del tempo possono influenzare l'efficienza del negoziato. Gli occidentali attribuiscono grande importanza al tempo, per loro il tempo è denaro, è limitato e sono molto puntuali. Spesso prima di un negoziato elaborano un'agenda e una tabella di marcia dettagliata. Per sfruttare appieno il tempo limitato, ogni anello della manovra commerciale deve formulare un piano, e il tempo viene meticolosamente ripartito. Bisogna rispettare rigorosamente il piano del programma qualsiasi cosa si faccia, fare una sola cosa alla volta, fare ciò che bisogna fare quando è il momento di farlo e, che si abbia terminato o meno, è necessario interrompere ciò che si stava facendo per non influenzare il piano successivo o per non far aspettare qualcuno. Per gli americani dare un appuntamento equivale a un atto di fiducia, a una promessa. Che si tratti di prendere parte a un negoziato commerciale o di intrattenere relazioni sociali, sono sempre puntuali, e se non lo fossero verrebbero probabilmente considerati inaffidabili o irresponsabili. Un comportamento ritardatario assunto durante negoziati commerciali o altre riunioni è un comportamento che deve essere penalizzato. Nel corso dei negoziati commerciali internazionali gli americani osservano rigorosamente le scadenze stabilite dalle parti, spesso le includono nel contratto e ricorrono anche a misure legislative per esigere che entrambe le parti rispettino le scadenze prefissate. I negoziatori cinesi ritengono invece che il tempo sia molto, che sia inesauribile. E si aspettano inoltre che i progressi del negoziato siano lenti e che il tempo sia molto flessibile.

Durante il negoziato gli americani sperano di raggiungere un accordo in tempi più brevi e sono abituati ad adempiere in maniera sequenziale al complesso lavoro negoziale, transitando da una fase a un'altra. Per fare un esempio, risolvono in ordine questioni come il prezzo, l'imballaggio e la consegna della merce, e



Università
Ca'Foscari
Venezia

l'accordo finale altro non è che la somma di questi piccoli accordi. Secondo loro per valutare come sta procedendo un negoziato bisogna vedere quante piccole questioni sono state risolte, la loro concezione del tempo è lineare, con tutte le cose allineate in modo sequenziale.

I cinesi hanno una concezione del tempo circolare. Durante i negoziati commerciali internazionali, la parte cinese tende a far uso di un metodo sistematico e di una visione a lungo termine, ad analizzare nel loro complesso gli argomenti di discussione di vasto ambito e a valutare il grado della loro importanza, nella speranza di riuscire a comprendere pienamente tali argomenti e tutti gli aspetti a essi relativi, ed è solita dare più importanza a facilitare la cooperazione, tendendo altresì a non porre limiti troppo rigidi ai tempi di conclusione del negoziato. Solitamente i cinesi durante il negoziato non sono intenzionati a condurre la discussione in maniera separata, a scindere l'intero negoziato in diversi argomenti distinti. Per la parte cinese è normale discutere contemporaneamente di più argomenti.

Zhu Hualin (1986-), originario di Poyang nella provincia del Jiangxi, è Professore Associato presso la School of Business Administration della Jianxi University of Finance and Economics. I suoi campi di ricerca sono il comportamento di consumo e i negoziati commerciali.

(Pubblicato sul 355° numero della rivista cinese *Commercial Research* [Shangye Yanjiu 商业研究]. Data di pubblicazione: aprile 2006. Traduzione dal cinese di Giulia Casavecchia)

Bibliografia

Guan Xiaojing 管晓静, “Lun jiazhi guan chayi dui ZhongMei shangwu tanpan de yingxiang” 论价值观差异对中美商务谈判的影响 (L'influenza di valori



differenti sui negoziati commerciali sino-americani), in *Shandong Ligong Daxue xuebao* 山东理工大学学报, 2003,11.

Zuo Xiaoping 左小平, “Yishi chayi dui guoji shangwu tanpan de yingxiang” 意识差异对国际商务谈判的影响 (L'influenza di modi di pensare differenti sui negoziati commerciali internazionali), in *Shangye shidai* 商业时代, 2004, 15.

Wang Tengning 王滕宁, “Zhongxifang wenhua chayi dui shangwu tanpan de yingxiang” 中西方文化差异对商务谈判的影响(L'influenza delle differenze culturali tra Cina e Occidente sui negoziati commerciali), in *Shichang yu guanli* 市场与管理, 2004, 4.

Liu Jiqi 刘霁祺, “Zhongxi wenhua chayi dui kua wenhua shangwu huodong de yingxiang” 中西文化差异对跨文化商务活动的影响 (L'influenza delle diversità culturali tra Cina e Occidente sulle attività commerciali interculturali), in *Zhengzhou hangkong gongye guanli Xueyuan xuebao* 郑州航空工业管理学院学报, 2004,10.

Lin Hai 林海, “Kua wenhua yinsu dui ZhongMei shangwu tanpan de yingxiang” 跨文化因素对中美商务谈判的影响 (L'influenza di fattori interculturali sui negoziati commerciali sino-americani), in *Jingjishi* 经济师, 2004, 10.

Hu Yingkun 胡英坤, “Qianxi kua wenhua shangwu tanpan de bianliang yinsu” 浅析跨文化商务谈判的变量因素 (Analisi dei fattori variabili dei negoziati commerciali interculturali), in *Dongbei Caijing Daxue xuebao* 东北财经大学学报, 2001, 3.

Li Yu 李郁, “Qiantan guoji shangwu tanpan zhong kua wenhua wenti ji duice” 浅谈国际商务谈判中跨文化问题及对策 (Analisi dei problemi interculturali e delle soluzioni relativi ai negoziati commerciali internazionali), in *Shangye yanjiu* 商业研究, 2004, 24.



Zhao Weijun 赵伟君, “Zhongxi wenhua chongtu yu wo guo kua wenhua shangwu tanpan duice” 中西文化冲突与我国跨文化商务谈判对策 (Conflitti culturali tra Cine e Occidente e le misure adottate dalla Cina nei negoziati commerciali interculturali), in *Hunan dazhong chuanmei jishu Xueyuan xuebao* 湖南大众传媒技术学院学报, 2002, 3.

(Redazione a cura di: Sun Guizhen)

2.2 LO SCONTRO COMMERCIALE SINO-AMERICANO VISTO NELL’OTTICA DEL CONFLITTO CULTURALE

di HE ZERONG e SHUAI JIANLIN

Sinopsi: Il conflitto culturale sino-americano, nato dall’opposizione e dal rifiuto delle reciproche culture, rappresenta il livello più profondo dello scontro commerciale sino-americano. Alla base del conflitto culturale vi è il conflitto tra i valori. La cultura, o valori, egemonica degli Stati Uniti è alla base dell’egemonia e dell’espansionismo degli interessi nazionali statunitensi, e conduce gli Stati Uniti a fomentare di frequente scontri commerciali con la Cina. La motivazione e l’intenzione finale della strategia egemonica statunitense dell’equilibrio dei poteri è contenere i paesi sfidanti, e difendere la posizione di centralità detenuta dagli Stati Uniti nel sistema mondiale. La teoria del “mondo armonioso” proposta dalla Cina indica la strada da seguire per risolvere lo scontro commerciale sino-americano. La chiave per poter risolvere tale scontro è l’identità culturale e l’identità nazionale di Cina e Stati Uniti.

Parole chiave: conflitto culturale; interessi nazionali; scontro commerciale sino-americano; gestione dello scontro commerciale

Lo scontro commerciale tra Cina e Stati Uniti sembra in apparenza consistere nell’attivo della bilancia commerciale della Cina verso gli Stati Uniti e nel deficit commerciale degli Stati Uniti verso la Cina. Tuttavia, se si guarda a un livello più profondo, si può vedere che tale scontro è in realtà il conflitto e lo scontro tra la cultura di due Paesi, e soprattutto il conflitto e lo scontro tra i loro rispettivi valori.



Che lo si voglia o meno, le culture differenti di Cina e Stati Uniti informano e dominano le pratiche commerciali sino-americane, ed è dunque necessario partire da questo livello più profondo per risolvere lo scontro commerciale tra i due Paesi.

1) La cultura di una nazione determina gli interessi nazionali e l'azione statale

A formare la cultura di una nazione concorrono un insieme di fattori quali i suoi costumi tradizionali, i valori, il credo religioso, i principi morali e l'etica, il pensiero filosofico, il modo di pensare, il modo di vivere e la personalità e la psicologia del suo popolo. Tra questi fattori, un ruolo centrale è rivestito dai valori (1). La volontà nazionale, gli interessi nazionali, l'azione statale e la politica estera di una nazione sono permeati dalla sua cultura, che forgia l'intera immagine nazionale. Ciò che tradizionalmente si intende per interessi di una nazione si identifica con la sua esistenza, con il potere che esercita, la sua sicurezza e la sua ricchezza, oltre che con i suoi confini, la popolazione, le risorse, la forza economica e la forza militare, che ne sono corollario materiale. Gli interessi di una nazione non sono tuttavia definiti dalle cose materiali, ma sono definiti dal suo pensiero culturale e dai suoi valori.

Secondo la teoria costruzionista, una nazione definisce i propri interessi in base alla propria storia, alla propria cultura e alle proprie tradizioni, oltre che in base allo scambio e all'influenza reciproca con le culture di altre nazioni. I conflitti e gli scontri tra nazioni non originano necessariamente o principalmente dall'aumento e dalla diminuzione degli interessi concreti, ma traggono origine dalla diversità culturale e dalle differenze tra i valori. Risulta ad esempio impossibile spiegare da un punto di vista materiale il motivo per cui gli Stati Uniti temono una Corea povera in possesso di armi nucleari, ma non temono che l'Inghilterra ne possieda. Una spiegazione razionale a ciò può essere ricercata soltanto nel pensiero culturale e nei valori. La strada da seguire per risolvere i conflitti tra nazioni, inclusi gli scontri commerciali, non consiste dunque nell'opprimere in maniera decisa una parte sfruttando il proprio hard power, ma



consiste nella necessità di comprendere in maniera più approfondita la cultura della controparte, in particolar modo i suoi valori, intraprendendo uno scambio culturale, di pensiero e ideologico e interagendo per risolvere i conflitti e gli scontri inter partes.

I valori culturali non solo definiscono quali sono i fondamenti degli interessi nazionali, ma sono essi stessi un'importante componente di tali interessi. Gli interessi culturali, che fanno parte degli interessi nazionali, sono tuttavia stati a lungo ignorati. Tra gli interessi nazionali di ogni nazione vi sono la protezione della moralità e della giustizia e il perseguimento degli obiettivi e degli ideali, ed è interesse di ogni nazione raccogliere l'approvazione e il sostegno del proprio popolo per avviare il paese nella direzione dello sviluppo. Nell'attuale sistema mondiale, tutte le grandi potenze danno molta importanza alla propria strategia di sviluppo culturale. La strategia culturale riguarda il soft power di una nazione. Ma nel mostrare ad altre nazioni il proprio pensiero culturale e i propri valori, una nazione dovrebbe anche rispettare le idee culturali e i valori delle altre, promuovendo in tal modo la mutua fiducia tra esse, costruendo un'identità di valori culturali tra il proprio e gli altrui paesi e un'identità nazionale, e rafforzando il senso di identificazione con il mondo.

Riteniamo dunque che i diversi pensieri culturali e i diversi valori di Cina e Stati Uniti, unitamente alle differenze e ai conflitti tra gli interessi nazionali di questi due Paesi, interessi che risentono del controllo del pensiero culturale e dei valori, siano la causa intrinseca dello scontro commerciale sino-americano. Gli interessi nazionali sacri e inviolabili di Cina e Stati Uniti sono alla base delle rispettive strategie commerciali, condizionano fortemente le pratiche commerciali dei due Paesi e sono all'origine degli scontri commerciali.

Le idee culturali e i valori non soltanto definiscono quali sono gli interessi nazionali ma determinano, controllano e dominano anche l'azione statale. Nel gestire i rapporti internazionali ogni nazione, per proteggere i propri interessi nazionali, realizza gli obiettivi della propria strategia estera e spesso esercita una diplomazia adeguata alle circostanze del momento. Nella storia dei rapporti



Università
Ca' Foscari
Venezia

internazionali, non c'è stile diplomatico che non si sia sviluppato ed evoluto senza aver lasciato il segno e le caratteristiche del pensiero culturale e dei valori propri di quella nazione. Nelle attuali condizioni poste dalla globalizzazione, le politiche estere delle varie nazioni sono tutte formulate e implementate sulla base del pensiero culturale e dei valori della nazione da cui provengono. Proprio come ha sottolineato lo storico americano Frank Ninkovich: “Nel Ventesimo secolo, quasi tutti i più importanti politici statunitensi hanno senza eccezione ritenuto che i fattori culturali fossero parte integrante del proprio modo di esercitare la diplomazia; la cultura ricopre senz'altro un ruolo evidente e spesso decisivo nelle decisioni da essi prese.” (a). Gli Stati Uniti sono attualmente l'unica superpotenza mondiale, e considerano il proprio pensiero culturale e i propri valori come principi universali da promuovere nel mondo intero. Questo loro porsi come superpotenza, inoltre, ha fatto sì che alcune loro cosiddette leggi interne abbiano prodotto l'effetto di una recrudescenza degli attacchi internazionali, e tale egemonia unilaterale, che nel passato per un lungo periodo aveva abbattuto tutto ciò che le intralciava il cammino, ha costretto molti paesi a ingoiare la propria collera e a sottomettersi in silenzio. Tuttavia gli Stati Uniti, nell'applicare tali idee culturali e tali valori, si sono dimenticati di un'altra verità: il mondo attuale è anche un mondo in cui si confrontano più potenze internazionali. Non è passato molto tempo prima che l'economia, il commercio, gli affari militari, la diplomazia e altri aspetti incentrati su tale cultura e valori egemonici degli Stati Uniti ricevessero la sfida degli Stati a lei avversari, e in particolare prima che ricevessero la sfida del Paese in via di sviluppo più grande al mondo, levatosi all'improvviso- la Cina. Per gli Stati Uniti, la Cina è dunque la minaccia più grande all'applicabilità della propria cultura e valori egemonici, e contro di lei fomentano di frequente scontri politici, economici, commerciali e militari.

2) La mentalità egemonica della cultura statunitense e lo scontro commerciale sino-americano

Il “senso di missione” voluta per grazia divina è un fattore chiave del pensiero culturale statunitense. Ciò che scaturisce da questo fattore è la mentalità



egemonica, e ciò che ne risulta è l'azione egemonica. Fu proprio spinti da questo “senso di missione” che i primi immigrati europei diedero inizio alla bonifica delle terre incolte e alle spedizioni nel continente americano, e fondarono la Repubblica Americana, una nuova società diversa dal vecchio mondo, una “città sulla collina”. All'interno di tale società, essi cercarono non solo di rendere il Paese appena fondato diverso dai Paesi europei per sistema politico e struttura sociale, ma vollero altresì produrre uno stridente contrasto con il modo di pensare e con lo stile di vita di quei Paesi. Fu così che nacque la cultura statunitense, una cultura diversa da quella europea. La cultura degli Stati Uniti è una cultura che associa la religione ai costumi e alle tradizioni, che ha come punto di riferimento l'individuo e che manifesta forti caratteristiche individualiste.

L'“espansionismo” è un'altra caratteristica evidente della cultura statunitense. Profondamente influenzati da tale cultura, gli americani non negherebbero mai di appartenere a una nazione “espansa”, e i governatori sono influenzati in maniera ancor maggiore da tale concezione culturale. La pratica “espansionistica” deriva dalla mentalità “egemonica” annidata nella cultura statunitense. Per cui, quando gli Stati Uniti hanno iniziato a prendere in considerazione i propri interessi esterni, l'“espansionismo” si è manifestato sotto varie forme nei loro rapporti con l'estero (b).

Dopo la seconda guerra mondiale gli Stati Uniti, grazie alla propria influente politica, economia, milizia e cultura, e grazie alla propria superiorità finanziaria, hanno sostituito l'Inghilterra, conquistandosi una posizione di egemonia mondiale. Con la caduta dell'Unione Sovietica, gli Stati Uniti hanno rafforzato la propria posizione di unica superpotenza mondiale. Mutata la posizione internazionale rivestita dagli Stati Uniti, la cultura statunitense ha mostrato la propria natura fortemente egemonica. L'egemonia culturale degli Stati Uniti si manifesta sottoforma di egemonia economica, egemonia finanziaria, egemonia militare ed egemonia politica. In definitiva, la cultura egemonica degli Stati Uniti è profondamente radicata in un individualismo unico nel suo genere, nell'appassionato nazionalismo e nella visione mondocentrica “chi altri se non



me” degli Stati Uniti. Nella vita reale, l’egemonia culturale degli Stati Uniti si manifesta prevalentemente nei tre seguenti modi: massima applicazione dei valori standard statunitensi, resa possibile dalla svolta rappresentata dalla globalizzazione economica, e applicazione forzata, nei paesi in via di sviluppo ancora arretrati, di valori adatti agli Stati Uniti o ad altri paesi sviluppati; impiego dello scambio culturale con l’estero e finanziamento di progetti allo scopo di diffondere l’ideologia degli Stati Uniti, ascesa dei principi americani di “libertà, democrazia, diritti umani” a “principi universali”, pretesa che gli altri paesi seguano il loro esempio “imitando in modo pedissequo”; utilizzo della sviluppata rete dei mass media e dell’avanzata tecnologia d’informazione per diffondere lo stile di vita degli Stati Uniti, attuazione del proprio “senso di missione” superiore attraverso la diffusione del sistema politico, economico e culturale degli Stati Uniti e dei suoi valori, autoconvinzione che la responsabilità morale “influenzi” la direzione dello sviluppo degli altri paesi.

Proprio questa cultura egemonica e questi valori egemonici hanno ripetutamente indotto gli Stati Uniti a fomentare scontri commerciali nel corso dei rapporti economici sino-americani. Dal punto di vista economico, il rapporto commerciale che lega Cina e Stati Uniti è nato come un complesso rapporto di interdipendenza. Tuttavia, in ambito commerciale, i frequenti scontri commerciali provocati dagli Stati Uniti hanno non solo impedito la nascita di un rapporto di interdipendenza fra i due Paesi, ma hanno al contrario dato adito al sospetto e all’opposizione reciproca. Il verificarsi di questa situazione è dovuto all’ “errore” di comprensione da parte di alcuni americani dell’idea, del pensiero e della strategia alla base di questa complessa interdipendenza. Essi vedono il rapporto economico-commerciale che lega Cina e Stati Uniti come un’opera di elemosina unilaterale da parte degli Stati Uniti verso la Cina. Vedono tale rapporto come ciò che in teoria chiamano “entrare in contatto” e che in realtà significa contenere le misure politiche della Cina; cercano di usare l’attuale posizione di superiorità per costringere la Cina a fare concessioni di una certa entità e persino molto pesanti in alcuni campi e, se la Cina non dovesse obbedire e se arrivasse perfino a lanciare



una sfida all'egemonia economica degli Stati Uniti, si troverebbe ad affrontare la formidabile pressione e severo monito statunitense. E, poiché gli Stati Uniti sono giunti a implementare una politica di contenimento, di blocco e di imposizione di sanzioni commerciali verso la Cina, nell'ambito del rapporto commerciale sino-americano sarebbero loro i primi a rompere il rapporti di interdipendenza economica che li lega alla Cina. L'ex segretario di Stato Condoleeza Rice, con una sola acuta osservazione ha messo a nudo la causa degli scontri commerciali sino-americani: "La maggior parte dei nostri rapporti con la Cina e con la Russia affonda le radici in interessi comuni, ma non in valori comuni."(c). Luo Nengsheng e altri (2006) (d) ritengono che la cultura consista in una serie di valori nascosti, che rappresenti la serie completa di norme comportamentali e valori che stanno alla base dei rapporti umani di potere, che influenzano e condizionano profondamente le trasformazioni e lo sviluppo del commercio internazionale e che sia la causa più profonda degli scontri commerciali.

Grazie al proprio influente potere politico, economico e culturale, gli Stati Uniti occupano una posizione predominante nel contesto delle relazioni internazionali, di cui scrivono e controllano le regole del gioco. Lo studioso americano di politica internazionale Hans Joachim Morgenthau, nella sua opera *Politica tra le nazioni. La lotta per il potere e la pace* (1948), ha parlato dei tre aspetti con i quali l'imperialismo domina il mondo, che sono l'imperialismo politico, l'imperialismo economico e l'imperialismo culturale. (e) Per quanto riguarda gli Stati Uniti, queste tre tipologie d'imperialismo affondano le radici nel loro pensiero culturale egemonico e nei loro valori egemonici. L'intento principale e l'obiettivo della strategia egemonica degli Stati Uniti sono tenere sotto controllo i paesi sfidanti. Dopo che la Cina, Paese in crescita e che si sta gradualmente rafforzando, è diventata il principale obiettivo politico e commerciale degli Stati Uniti, essa ha preso a costituire un'enorme minaccia, e questo è il motivo per cui gli Stati Uniti vedono nella Cina il principale ostacolo all'applicazione della propria cultura e dei propri valori egemonici. Ritengono che alla luce dell'attuale andamento di sviluppo cinese, la Cina diventerà una grande



potenza mondiale economica e militare che a tempo debito arriverà inevitabilmente a minacciare gli “interessi” degli Stati Uniti. Gli Stati Uniti hanno perciò adottato nei confronti della Cina una strategia di contenimento a tutto campo e di normalizzazione, mentre in ambito commerciale sono soliti fomentare scontri di ogni tipo, facendo diventare tali scontri commerciali la norma, e provocandone di sempre più frequenti.

Al momento per gli Stati Uniti lo scontro commerciale con la Cina consiste principalmente nell'utilizzare il rapporto sul tasso di cambio, rilasciato due volte l'anno dal ministero delle Finanze americano, per costringere la Cina a fare delle concessioni in tale ambito. Lo squilibrio commerciale tra Cina e Stati Uniti è la causa economica dello scontro commerciale tra i due paesi, e alcuni parlamentari e funzionari governativi americani, e perfino alcuni studiosi come Krugman, nell'esaminare le cause di questo squilibrio, hanno sostenuto che il surplus commerciale della Cina è dovuto alla svalutazione del renminbi cinese ed è il risultato della “manipolazione” del tasso di cambio del renminbi da parte del governo cinese. Gli Stati Uniti hanno dunque più volte presentato mozioni nelle quali attribuiscono alla Cina il ruolo di “paese manipolatore del tasso di cambio”. “Paese manipolatore del tasso di cambio” è quasi diventato una “spada di Damocle” sospesa sopra la testa della Cina, quasi che, qualora ce ne fosse bisogno, gli Stati Uniti potessero spezzare il crine di cavallo che la tiene sospesa e far sì che la sua lama affilata trafigga la Cina. Se la Cina non dovesse obbedire alla “volontà” di alcuni americani, facendo aumentare il renminbi del 30-40% conformemente allo standard da loro proposto, essi saranno obbligati a condurre un'indagine anti-dumping e anti-sussidio sulla merce esportata dalla Cina verso gli Stati Uniti, a imporre dazi doganali punitivi e arriveranno anche a presentare un'istanza sulla questione del commercio bilaterale tra Cina e Stati Uniti al WTO. Anche se nel 2010 gli Stati Uniti hanno già rimandato due volte il rilascio dell'inchiesta sul tasso di cambio della Cina, dichiarato paese manipolatore del tasso di cambio, ciò non ha affatto contribuito a porre fine alla guerra tra il tasso di cambio della valuta cinese e il tasso di cambio della valuta americana. La



questione del tasso di cambio del renminbi ha posto gli Stati Uniti in una duplice difficoltà. Nell'editoriale del 23 ottobre 2010 dell'edizione americana del *World Journal*¹⁷, intitolato *Gli Stati Uniti annunciano il rinvio dell'inchiesta sul tasso di cambio*, viene detto: “Gli Stati Uniti hanno ben compreso che la Cina non è più un paese sprovvisto e perciò dopo che il dipartimento Amministrativo ha appreso attraverso canali comunicativi più o meno ufficiali, che in definitiva la Cina ha fatto poco riguardo alla frequenza di aggiustamento e al margine del tasso di cambio del renminbi e che essa non può adottare entro breve una politica di apprezzamento dal margine troppo alto, si è subito trovato davanti a due ardue prospettive: non inserire la Cina nella “lista nera” dei manipolatori di tassi di cambio e far arrabbiare il Congresso, oppure inserirla nella lista dei paesi manipolatori, ma trovarsi ugualmente in una situazione difficile. Questo è lo scomodo scenario che inevitabilmente si presenta agli Stati Uniti, che hanno fatto rientrare gli affari esteri sotto la giurisdizione delle leggi interne, al momento di incontrare un forte avversario internazionale.”

Non essendo per il momento possibile inserire la Cina tra i paesi manipolatori dei tassi di cambio, gli Stati Uniti hanno aperto un'indagine anti-dumping e anti-sussidio contro la Cina e hanno imposto dazi doganali punitivi anti-dumping su certa merce esportata nel territorio statunitense dalla Cina. Secondo i dati del Ministero del Commercio, tra gennaio e settembre del 2010, le “doppie” indagini e i dazi doganali punitivi anti-dumping degli Stati Uniti contro la Cina sono stati in totale 8, con alcuni dazi doganali punitivi che hanno addirittura raggiunto il 437%. In meno di un anno, il numero di sanzioni imposte dagli Stati Uniti alla Cina ha superato il numero di sanzioni imposte mediamente in nove anni, dal 2001 al 2009. In questi nove anni, i casi giudiziari di anti-dumping sporti contro la Cina sono ammontati ad una media di almeno sette casi l'anno (si veda la tabella sottostante). Secondo le statistiche della China Trade Remedy Information, dodici delle tredici indagini anti-sussidio dirette contro la Cina nel 2009 sono state

¹⁷ Rivista in lingua cinese pubblicata nell'America settentrionale per i cinesi d'oltreoceano.



accompagnate da un'indagine anti-dumping. Di queste dodici “doppie” inchieste, dieci sono state avviate dagli Stati Uniti, andando a costituire l'83,3% (2).

Statistica dei casi di indagini anti-dumping condotte dagli Stati Uniti contro la Cina in seguito all'ingresso della Cina nel OMC

Anno	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Quantità	9	7	9	9	3	4	12	5	10

Fonti: dati pubblicati annualmente dal Ministero del Commercio della Cina

Ecco come sono gli Stati Uniti: da una parte hanno costretto alla rivalutazione del renminbi (e il renminbi è realmente salito), dall'altra hanno imposto alte tasse anti-dumping sulla merce esportata dalla Cina verso gli Stati Uniti (e gli Stati Uniti le hanno realmente imposte), hanno fatto il possibile per obbligare la Cina a fare concessioni sia nell'ambito della politica del tasso di cambio, sia nell'ambito della politica commerciale; giocano su due tavoli, e si spingono agli estremi per riuscire a scacciare, e velocemente, la Cina dal mercato degli Stati Uniti. Le azioni e il comportamento degli Stati Uniti trovano nella questione commerciale sino-americana compiuta espressione della cultura egemonica e del sistema di valori egemonici statunitensi.

3) La concezione cinese del “mondo armonioso” e il commercio sino-americano

Nel contesto dei rapporti economici sino-americani, gli Stati Uniti non solo sono abituati a pretendere che la Cina si comporti e agisca seguendo il pensiero culturale e i valori statunitensi ma, soprattutto, trascurano gravemente l'importanza della cultura o valori cinesi e le sue convinzioni profonde, incontrando così, com'è naturale, la resistenza e la ribellione della Cina, e portando in questo modo allo scontro commerciale tra le due nazioni.

Nel corso degli ultimi millenni, la Cina ha sviluppato un pensiero culturale e dei valori armoniosi incentrati sull'“armonia tra l'uomo e la natura”. Negli ultimi anni, sulla base di questo pensiero culturale e valori tradizionali, la Cina si è proposta di attuare l'obiettivo della “società armoniosa”, società che pone enfasi sulla coesistenza armoniosa tra uomo e natura, tra uomo e uomo e tra le varie



Università
Ca'Foscari
Venezia

nazionalità del Paese, e al contempo ha anche proposto al mondo intero di adottare la concezione del “mondo armonioso”, concezione che enfatizza la coesistenza armoniosa tra i popoli e tra le nazioni. E’ tuttavia necessario chiarire che la concezione dei valori alla base del “mondo armonioso” è una concezione di “armonia e al contempo differenza” tra i valori, è cioè una concezione che accetta la diversità tra i popoli e tra le nazioni e che promuove il “mantenimento delle reciproche differenze” e la “ricerca dell’unità”, avendo come finalità il raggiungimento dell’ideale del “mondo armonioso”. Ovviamente tale concezione della cultura e dei valori della Cina è in conflitto con l’egemonia culturale e la concezione dei valori degli Stati Uniti, e ciò è il motivo per cui gli scontri che caratterizzano tutti i rapporti tra i due Paesi, inclusi i rapporti commerciali, sono inevitabili.

La Cina è sempre stata del parere che il suo surplus commerciale verso gli Stati Uniti e il deficit commerciale degli Stati Uniti nei suoi confronti siano state le conseguenze inevitabili del modo in cui si è sviluppata la suddivisione del lavoro internazionale in era contemporanea. A partire dagli anni Ottanta-Novanta del Ventesimo secolo, si sono verificati nell’economia globale tre tipi di trasferimento dell’industria a livello internazionale: gli Stati Uniti, che stavano impiegando tutte le proprie energie nello sviluppo di nuove alte tecnologie, hanno trasferito il lavoro intensivo e tutte le cosiddette costose “industrie al tramonto”, quali quella delle risorse naturali e quella delle risorse energetiche, nei Paesi in via di sviluppo; la Germania e altri paesi dell’Unione Europea, dato il drastico aumento del costo del lavoro e la diminuita forza competitiva di alcune industrie, hanno trasferito queste loro industrie in quei Paesi che avevano un costo del lavoro più basso; a causa delle limitazioni imposte dalle condizioni geografiche, il Giappone è per natura carente in tutte quelle risorse naturali che potevano favorirne lo sviluppo, quindi ha trasferito le industrie che necessitavano di una grande quantità di risorse naturali nei paesi ricchi in tali risorse. Quando negli anni Ottanta del Ventesimo secolo i Paesi in via di sviluppo, in particolar modo la Cina, hanno iniziato a svilupparsi, la ricchezza di risorse naturali e il basso costo



del lavoro ha attratto gli Stati Uniti, l'Unione Europea e il Giappone, e ciò ha reso questi Paesi la meta delle loro industrie. L'enorme surplus commerciale e l'immensa riserva di valuta estera che la Cina ha nei confronti degli Stati Uniti sono stati accumulati soprattutto attraverso l'esportazione verso questi ultimi dei prodotti provenienti dalle industrie a lavoro intensivo e dalle industrie a consumo energetico cinesi, e non sono stati ricercati appositamente dalla Cina, né tantomeno sono il frutto del tasso di cambio del renminbi. La Cina continua a ripetere che le economie cinesi e statunitensi sono interdipendenti, che "il bene di uno è il bene di tutti, il male di uno è il male di tutti". Il comportamento ragionevole che Cina e Stati Uniti dovrebbero adottare in ambito commerciale dovrebbe essere quello di ricercare l'unità mantenendo le reciproche differenze sulla base di una coesistenza armoniosa tra i rispettivi pensieri culturali e i rispettivi valori, e non quello di alzare la grande bandiera della barriera commerciale e del protezionismo commerciale, sentendosi soddisfatti soltanto dopo avere messo l'avversario con le spalle al muro.

La Cina sostiene inoltre che per risolvere definitivamente lo squilibrio commerciale tra Cina e Stati Uniti, i due Paesi debbano ognuno riorganizzare la propria struttura industriale, ovvero incrementare i risparmi interni per quanto riguarda gli Stati Uniti e incrementare la domanda interna per quanto riguarda la Cina. Per risolvere lo squilibrio commerciale sino-americano, la Cina e gli Stati Uniti dovrebbero prima "spazzare la neve dalla propria soglia" invece che vedere il vicino come una pattumiera. La stessa opinione è condivisa a livello internazionale da un certo numero di uomini d'intuito. Thomas Niles, ex Presidente del Consiglio direttivo per il commercio internazionale, ritiene che il problema principale dello squilibrio commerciale sino-americano non si trovi in Cina, ma negli Stati Uniti. E' il deficit commerciale degli Stati Uniti ad aver causato la disputa sul renminbi tra Stati Uniti e Cina, ma il deficit è di per sé espressione dell'economia stessa degli Stati Uniti ed è il risultato del crollo dei risparmi statunitensi. Anche se il renminbi salisse ancora del 20%, l'impatto sull'economia statunitense sarebbe minima e i posti di lavoro non potrebbero mai



essere ritrasferiti negli Stati Uniti. I cinesi lo sanno bene, ed è per questo che avvertono continuamente gli Stati Uniti della necessità di riequilibrare la loro economia. Anche secondo un commento pubblicato sul *Washington Post*, gli Stati Uniti potranno guadagnare credibilità nel risolvere i problemi internazionali soltanto se “fanno prima pulizia in casa propria” e risolvono gli enormi problemi di deficit che hanno da tempo. Nel corso dell'incontro annuale tenutosi nell'autunno del 2010 tra il Fondo Monetario Internazionale (FMI) e le banche mondiali, anche il Presidente del FMI Strauss-Kahn ha detto: “Altri Paesi non dovrebbero usare la rivalutazione del renminbi per mascherare i propri problemi. E' facile trovare un capro espiatorio.” (3).

In definitiva, la Cina ha continuamente aderito e messo in atto il pensiero culturale e i valori del “mondo armonioso” nel gestire il problema dello squilibrio commerciale tra essa e gli Stati Uniti, e ha sempre ricercato la vittoria comune di entrambe le parti in ambito commerciale.

4) Risolvere efficacemente lo scontro commerciale sino-americano partendo dal pensiero culturale e dall'identità nazionale

Il diverso pensiero culturale e i diversi valori di Cina e Stati Uniti determinano i diversi interessi nazionali dei due Paesi, diventando la causa primaria del loro scontro commerciale. La risoluzione dello scontro commerciale sino-americano consiste alla radice nel rispetto, nella comprensione e nel riconoscimento reciproco, da parte di Cina e Stati Uniti, del pensiero culturale e dei valori dell'altro, non consiste nel respingersi e tantomeno nel cercare di usare un pensiero culturale e dei valori per sopprimere, o addirittura per sostituire, un altro pensiero culturale e altri valori.

Il costruzionista americano Alexander Wendt (2004) ritiene che le idee siano l'elemento che in primo luogo definisce gli interessi nazionali, che siano la pietra angolare dell'identità nazionale e che influenzino fortemente gli interessi nazionali e le azioni diplomatiche. Se si vogliono intraprendere rapporti con altri Stati, la prima cosa da fare è dunque costruire l'identità della nazione, e diverse identità nazionali portano a obiettivi strategici, a stili, a mezzi e a risultati diversi



Università
Ca' Foscari
Venezia

nel corso dei rapporti internazionali. L'identità nazionale si forma sempre prima degli interessi nazionali. Wendt ritiene che identità nazionali diverse possano far diventare il rapporto fra due Stati un rapporto di competizione avversa e ostile, ma possono anche farlo diventare un rapporto di collaborazione e amicizia.

La base per una mutua fiducia tra Cina e Stati Uniti è l'identità nazionale; e la base dell'identità nazionale è l'identità culturale. Ma il pensiero culturale e i valori di Cina e Stati Uniti sono oggettivamente diversi fra loro, e il motivo di fondo per cui lo scontro commerciale sino-americano si sta continuamente intensificando è dato dalla mancanza di una conoscenza e di una comprensione totale e profonda da parte della Cina e degli Stati Uniti delle reciproche differenze culturali. Come ha affermato Mei Xinyun (2005), il pregiudizio fa più paura del conflitto (f). Non fa paura la disputa e non fa paura nemmeno il conflitto, a far paura è il pregiudizio, e proprio quel modo di fare che impone la propria ignoranza e la propria visione unilaterale potrebbe essere il motivo che ci spinge verso un conflitto da cui non si può più tornare indietro. Volendo fare il punto della situazione, la conoscenza che Cina e Stati Uniti hanno l'uno dell'altro è altamente squilibrata, ciò che i cinesi sanno degli Stati Uniti supera di gran lunga ciò che gli Stati Uniti sanno della Cina, e questa ignoranza nei confronti della Cina è la causa principale di molti dei conflitti tra le due nazioni.

Sia la Cina che gli Stati Uniti sono già pienamente consapevoli degli effetti arrecati da questo stato di "ignoranza". I governi di entrambi i Paesi hanno già compreso il valore strategico dell'identità culturale e dell'identità dei valori di Cina e Stati Uniti, e hanno iniziato a implementare mosse strategiche in campo politico e a sanare lo scontro commerciale sino-americano partendo dal pensiero culturale e dai valori. E' per questo che i governi di Cina e Stati Uniti hanno già attivamente adottato una serie di misure sanatorie relative alla cultura e ai valori.

A partire dal 2009, il Centro di Ricerca sui Rapporti Sino-americani della Qinghua University e la Johns Hopkins University, un Istituto per la formazione di amministratori della Federazione Americana, hanno congiuntamente tenuto un tirocinio strutturato in lezioni per la formazione di alti funzionari statali del



Università
Ca' Foscari
Venezia

governo cinese e del governo americano, i “leader del mondo”. Questo corso di formazione fa parte del programma di formazione, ratificato dal Segretario di Stato Hilary Clinton, per i funzionari addetti a cariche di dipartimento del dipartimento di Stato degli Stati Uniti, e segna la prima volta in cui le Università cinesi si sono incaricate di formare personale amministrativo statunitense di medio e alto livello. Tra i 30 studenti arrivati nel primo semestre del 2009, tutti quanti funzionari “capo dipartimento” che esercitano un’influenza diretta sulle decisioni degli Stati Uniti che riguardano la Cina, e provenienti da vari dipartimenti governativi degli Stati Uniti tra cui il ministero della Difesa degli Stati Uniti, il distretto Aerospaziale, la Marina Militare, l’Esercito, l’Aeronautica Militare, il ministero dell’Agricoltura e l’ambasciata degli Stati Uniti in Cina, vi sono il responsabile per la Sicurezza Informatica del National Bureau of Standards e l’Information Technology Department del ministero del Commercio degli Stati Uniti, il consigliere per le Operazioni speciali del quartier generale per la sicurezza dell’Intelligence dell’Esercito, il responsabile della Divisione della Tecnologia per la Difesa del ministero della Difesa, il Chief Operating Officer degli istituti per l’Amministrazione della Federazione Statunitense, e altri. “Il sistema politico della Cina” e “Le strategie commerciali ed economiche della Cina” sono state tra le lezioni più importanti del corso di formazione. Questo progetto ha anche organizzato incontri tra gli studenti e i funzionari dei dipartimenti governativi che si occupano della Cina, e il personale che lavora nei media cinesi e in ambito sociale, e ha organizzato delle visite in varie strutture quali fabbriche, *think tanks* e Università. Appare subito evidente dagli studenti che hanno partecipato e ricevuto la formazione, dal livello e dai corsi, che l’intenzione e la finalità di questo tipo di formazione è quella di favorire un mutuo riconoscimento, da parte di Stati Uniti e Cina, delle reciproche politiche e culture, di coltivare l’identità nazionale e di instaurare una fiducia reciproca.

Il secondo dialogo strategico ed economico tenutosi tra Cina e Stati Uniti nel maggio del 2010 ha attivato un meccanismo di scambio umanistico di alto livello tra i due Paesi, rappresentando un passo cruciale compiuto da Cina e Stati Uniti



Università
Ca' Foscari
Venezia

nel versante degli scambi umanistici. Stando a questo meccanismo, nei prossimi quattro anni la Cina sarà in grado di accogliere 100.000 studenti americani nel suo territorio, di assegnare a mille persone borse di studio a copertura totale e di dar vita a progetti di studio e ricerca destinati a migliaia di persone giunte in Cina grazie al ponte rappresentato dalla lingua cinese, e di fare molto altro ancora. Inoltre, nei prossimi quattro anni, la Cina manderà 10.000 studenti negli Stati Uniti a svolgere dei dottorati (4). Tale meccanismo ha posto fine all'epoca dello scambio unidirezionale degli studenti cinesi verso gli Stati Uniti e ha segnato l'inizio di una nuova era di intenso scambio tra la Cina e gli Stati Uniti, influenzando enormemente i rapporti che i due Paesi intratterranno in futuro.

A partire dalla fine degli anni Novanta del Ventesimo secolo, la Cina ha mandato all'estero, in particolare negli Stati Uniti, un funzionario dopo l'altro, provenienti da vari livelli, per far ricevere loro un periodo di formazione di media o breve durata negli Istituti Accademici della propria specializzazione. Tra le varie formazioni, la più rinomata è stata il "programma di formazione Harvard" per i funzionari cinesi. Secondo il Centro di Ricerca per lo Sviluppo del Consiglio di Stato della Cina, l'accordo tripartito firmato dalla Qinghua University, dalla Harvard University e dalla Kennedy School of Government, ha portato la Harvard University e la Kennedy School of Government a formare, in cinque anni a partire dal 2002, più di 300 medi e alti funzionari addetti a cariche di dipartimento o a cariche superiori.

Siamo convinti che queste attività intraprese dai governi dei due Paesi porteranno senz'altro la Cina e gli Stati Uniti ad accettare maggiormente il pensiero culturale e i valori dell'altro, ad accettarsi vicendevolmente e a instaurare una fiducia reciproca. Ridurre al minimo le incomprensioni tra le nazioni relative a pensiero culturale, modo di pensare, valori, e alle altre ideologie maggiormente radicate nel genere umano, contribuisce a contenere e a sanare lo scontro commerciale sino-americano.

Sugli autori:



Università
Ca' Foscari
Venezia

He Zerong (1939), Professore presso la Facoltà di Finanza della Southwestern University of Finance and Economics (Chengdu). Campi di ricerca: economia internazionale.

Shuai Jianlin (1965), Vice-Professore presso la Facoltà di Preparazione per lo Studio all'Estero della Southwestern University of Finance and Economics (Chengdu). Campi di ricerca: teoria e strategie del commercio internazionale.

*Questo articolo è stato finanziato dall'importante progetto di raccolta fondi per le scienze sociali nazionali "Ricerca per la piena coordinazione finanziaria e lo sviluppo sostenibile dedicato alle persone" (n° di serie: 07&ZD014)

Note:

1) Riteniamo che i valori di una nazione siano il nucleo della sua cultura, e a tal ragione nel testo abbiamo usato ora la parola "cultura", ora la parola "valori".

2) Si veda il sito della China Trade Remedy Information

<http://www.cacs.gov.cn/cacs/maoyijiuji/default.aspx>

3) Si veda il «Renmin Ribao» [“Il quotidiano del popolo”] del 21 Ottobre 2010: “Quanqiu huishi dongdang Meimei: meiguo ‘xian ba ziji de wuzi dasao ganjing’ 全球汇市动荡 美妹：美国“先把自己的屋子打扫干净” (Fibrillazione nel mercato mondiale: I media americani: gli Stati Uniti devono “prima pulire casa propria”)

4) Si veda il sito China.com.cn <http://www.china.com.cn/economic/txt/2010-05/26/content-20121864.htm>

Principali testi consultati:

a) Ninkovich, Frank, *Culture in U.S. Foreign Policy since 1900*, in chay, ed., *Culture and International Relations*, p.103.

b) Wang Xiaode 王晓德, “Meiguo dui wai guanxi de wenhua tanyuan”

美国对外关系的文化探源 (Le radici culturali dei rapporti con l'estero degli Stati Uniti) [J]. *Lishi yanjiu*, 1997 (3).

c) Rice, Condoleeza, “Rethinking the National Interest”, in *Foreign Affairs*, July/August, 2008.

d) Luo Nengsheng 罗能生, Hong Lianying 洪联英, “Maoyi moca, wenhua chongtu ji qi chaoyue” 贸易摩擦、文化冲突及其超越 (Clash in trade, cultural conflict and surmounting them), in *Xueshu Yanjiu* 学术研究 (Academic Research), 2006, vol 10.

e) Morgenthau, J. Hans, *Politics Among Nations: the Struggle for Power and Peace*, New York, McGraw-Hill 1993.

f) Mei Xinyu 梅新育, “Zhongmei maoyi guanxi reng xu jin yi bu mohe”

中美贸易关系仍需进一步磨合 (E' necessario far funzionare ancora meglio i rapporti tra la Cina e gli Stati Uniti), in *Dongfang Zaobao* 东方早报, 14/07/2005.



3. ANALISI TRADUTTOLOGICA

3.1 TESTO DI PARTENZA E MACROSTRATEGIA TRADUTTIVA

I testi che ho scelto di tradurre sono entrambi articoli pubblicati su riviste accademiche cinesi ad argomento economico, e a carattere divulgativo. Entrambi i testi trattano argomenti appartenenti sia alla sfera economica, sia alla sfera socio-culturale.

Il primo testo, “L’influenza di valori differenti sui negoziati commerciali sino-occidentali” (*Butong jiazhi guannian dui zhongxi shangwu tanpan de yingxiang* 不同价值观念对中西商务谈判的影响), è stato pubblicato in un’edizione del 2006 di *Shangye Yanjiu* 商业研究, conosciuta anche con il nome di *Commercial Research*, un mensile di economia pubblicato in cinese sia in Cina che all’estero. Si tratta di una rivista accademica sponsorizzata dalla Harbin University of Commerce e dalla China Society of Commercial Economy. L’autore del testo è Wang Hualin 汪华林, Professore Associato presso la School of Business Administration della Jianxi University of Finance and Economics.

L’argomento affrontato dal testo è la differenza tra i valori cinesi e occidentali, nucleo delle rispettive culture, e l’influenza di tali valori sul diverso modo di negoziare di Cina e Occidente. Poiché l’autore sostiene che comprendere i valori della controparte è fondamentale ai fini del buon esito del negoziato, l’obiettivo del testo è quello di illustrare quali sono quei valori cinesi e occidentali che influenzano i negoziati sino-occidentali, e spiegare l’influenza da loro esercitata in ambito negoziale. Nello specifico, il testo prende in esame i valori gerarchici di Cina e Occidente e la loro influenza sullo stile di decision-making delle parti, i valori emotivi e la loro influenza sul modo di gestire i rapporti interpersonali, i valori giuridici e il modo di firmare e adempiere a un contratto, i valori di collettività e individualismo, la concezione del tempo.

Il secondo testo, “Lo scontro commerciale sino-americano visto nell’ottica del conflitto culturale” (*Cong wenhua chongtu jiaodu kan zhongmei maoyi moca* 从文化冲突角度看中美贸易摩擦) è stato pubblicato in un’edizione del 2011 di



Università
Ca' Foscari
Venezia

Jingji Jingwei 经济经纬, conosciuta anche con il nome di *Economic Survey*, anch'esso un mensile di economia pubblicato in cinese sia in Cina che all'estero. Trattasi sempre di una rivista accademica, i cui autori sono He Zerong 何泽荣, Professore presso la Facoltà di Finanza della Southwestern University of Finance and Economics di Chengdu, il cui campo di ricerca è l'economia internazionale, e Shuai Jianlin 帅建林, Vice-Professore presso la Facoltà di Preparazione per lo Studio all'Estero della Southwestern University of Finance and Economics di Chengdu, il cui campo di ricerca sono la teoria e le strategie del commercio internazionale.

Il testo dà una lettura in chiave culturale alle cause e alla possibile soluzione dello scontro commerciale tra Cina e Stati Uniti sul tasso di cambio. Le cause dello scontro vengono individuate nel pensiero egemonico statunitense, nucleo della cultura statunitense. La Cina rappresenta infatti la minaccia più grande all'egemonia mondiale statunitense, e per contrastarla gli Stati Uniti hanno adottato nei suoi confronti una politica di contenimento a tutto campo. In ambito economico, il surplus commerciale della Cina ha portato gli Stati Uniti a fomentare ogni genere di scontro contro la Cina, l'ultimo dei quali è appunto lo scontro sul tasso di cambio. Secondo le accuse avanzate dagli Stati Uniti, l'enorme surplus commerciale e l'immensa riserva di valuta estera della Cina sono frutto della manipolazione del tasso di cambio del renminbi da parte del governo cinese; nonostante gli avvertimenti degli Stati Uniti, la Cina non ha apprezzato il renminbi, provocando così la reazione statunitense: gli Stati Uniti hanno aperto un'indagine anti-dumping e anti-sussidio contro la Cina e a hanno imposto dazi doganali punitivi anti-dumping su certa merce esportata nel territorio statunitense dalla Cina. La Cina in realtà, sostengono gli autori, ha accumulato il suo surplus commerciale e la sua immensa riserva di valuta estera soprattutto attraverso l'esportazione, nel corso degli anni Ottanta-Novanta, verso i Paesi sviluppati dei prodotti provenienti dalle industrie a lavoro intensivo e dalle industrie a consumo energetico cinesi; per la Cina la causa dello scontro



commerciale sino-americano è data dal deficit statunitense, causato dal crollo dei risparmi degli Stati Uniti.

Secondo gli autori, la chiave per risolvere lo scontro commerciale sino-americano consiste nel creare un “mondo armonioso”, un mondo in cui i popoli e le nazioni convivono in modo armonioso. Il mondo armonioso ricalcherebbe i principi della “società armoniosa”, il concetto alla base della nuova dottrina politica del Partito. La società armoniosa, che affonda le radici nel pensiero culturale e nei valori millenari cinesi incentrati sull’armonia tra l’uomo e la natura, viene presentata nel testo come una società che pone enfasi sulla coesistenza armoniosa tra uomo e natura, tra uomo e uomo e tra le varie nazionalità del Paese; ma è anche una società di “armonia e al contempo differenza”, una società, cioè, che accetta la diversità tra i popoli e tra le nazioni e che promuove il “mantenimento delle reciproche differenze” e la “ricerca dell’unità”. Il mondo armonioso è dunque la chiave per porre fine allo scontro tra Cina e Stati Uniti, e la strada da seguire per raggiungere tale armonia consiste nel rispetto, nella comprensione e nel riconoscimento reciproco, da parte di Cina e Stati Uniti, del pensiero culturale e dei valori dell’altro, non consiste nel respingersi e tantomeno nel cercare di usare un pensiero culturale e dei valori per sopprimere, o addirittura per sostituire, un altro pensiero culturale e altri valori. Il motivo di fondo per cui lo scontro commerciale sino-americano si sta continuamente intensificando è dato proprio dalla mancanza di una conoscenza e di una comprensione totale e profonda da parte della Cina e degli Stati Uniti delle reciproche differenze culturali. Gli autori chiudono l’articolo illustrando i passi compiuti da Cina e Stati Uniti per cercare di colmare questo stato di “ignoranza” reciproca e per cercare di trovare un equilibrio pacifico, a livello economico e non solo: Cina e Stati Uniti, avendo compreso il valore strategico della propria identità culturale, hanno iniziato a implementare mosse strategiche in campo politico e a sanare lo scontro commerciale sino-americano partendo dal pensiero culturale e dai valori; sono stati dunque istituiti in Cina corsi di formazione per gli alti



funzionari statali del governo statunitense, e sono stati promossi scambi umanistici a livello universitario tra le due nazioni.

L'analisi traduttologia di un testo è finalizzata a produrre una traduzione efficace e coerente. Quando si inizia ad analizzare un testo per poi tradurlo, è innanzitutto necessario individuare alcune sue caratteristiche fondamentali: le sue caratteristiche lessicali, morfologiche, sintattiche e le caratteristiche culturali più o meno evidenti, il sito di pubblicazione e gli autori, la tipologia testuale di appartenenza, il suo lettore modello e, infine, la sua dominante. Una volta individuati questi aspetti è possibile valutare il testo nella sua interezza, il che permette di compiere il passo successivo, che è quello di valutare quale sia la macrostrategia più adatta da adottare.

La macrostrategia traduttiva consta di molteplici microstrategie che riguardano in primo luogo la scelta della dominante e del lettore modello per il testo di arrivo, e in secondo luogo scelte relative al lessico, alla morfologia e alla sintassi. Nel complesso, una macrostrategia traduttiva può essere addomesticante o estraniante. Infatti, la carica semantica di molte parole è influenzata anche dalla cultura emittente e, quando si traduce, è inevitabile che venga perso in parte o completamente tale apporto semantico culturale, il che contribuisce ad incrementare il residuo traduttivo, ovvero tutto ciò che del testo di partenza non viene reso nel testo di arrivo. Il traduttore può scegliere di tradurre in maniera “addomesticante”, avvicinando il testo di arrivo alla cultura ricevente sia dal punto contenutistico che formale, e producendo in questo modo un'enorme residuo traduttivo; oppure, può scegliere di tradurre in maniera “estraniante”, ovvero avvicinare il lettore alla cultura emittente, il che significa mantenere dal punto di vista dei contenuti tutta la carica semantica, inclusa quella culturale, delle parole, e cercare di far sì che anche la forma ricalchi quanto più possibile quella dell'originale. In definitiva tuttavia, qualunque sia l'impostazione teorica prescelta, la traduzione reale risulta essere un compromesso, con maggiore o minore predominio, tra i due metodi. E' infatti impossibile, pur volendo rimanere totalmente fedele al testo originale, conservare un equilibrio perfetto tra contenuto



e forma ed un'equivalenza totale con l'originale: se ad un contenuto estremamente estraniante si può supplire con note e riferimenti, la forma è pur sempre sottoposta alle regole grammaticali e stilistiche minime della lingua ricevente e produrrà sempre, malgrado la buona volontà del traduttore, un benché minimo residuo traduttivo. Per poter decidere se optare per una macrostrategia estraniante o per una addomesticante, va considerata, oltre alla propria scelta personale di traduttore, anche la situazione comunicativa in cui va a inserirsi la traduzione: un foglietto medico, un atto legale e un saggio scientifico o medico sono, per riportare un esempio, dei testi in cui deve dominare la chiarezza, e per la cui traduzione il traduttore dovrà dunque sacrificare, se necessario, le caratteristiche culturospecifiche insite nelle parole a favore della chiarezza.

Per la traduzione dei due testi ho optato per una macrostrategia a tendenza estraniante, con la volontà di “rendere il metatesto un luogo in cui l'altrui culturale non sia cancellato ma espresso”¹⁸. Questa scelta è stata dettata da due motivi: il primo motivo è dato da una mia preferenza personale, che mi spingerebbe, in qualità di lettore, a prediligere un testo da cui trasparire quanto più possibile la cultura emittente; il secondo motivo è dato dalla natura dei testi, che per la loro tipologia (di cui si parlerà più avanti) e il loro carattere divulgativo permettono di effettuare una tale scelta: per riprendere l'esempio sopracitato, se si fosse trattato di un testo scientifico, medico o di un libretto di istruzioni, in cui il fattore chiave che lega insieme il testo intero, ovvero la sua dominante, è la chiarezza, mantenere la specificità culturale del prototesto non sarebbe stato invece possibile in quanto avrebbe impedito la produzione di una traduzione efficace e coerente. Lo scopo della traduzione estraniante è riprodurre nomi propri, realia (ovvero parole che denotano cose materiali culturo-specifiche), cronotopi (le coordinate culturali del testo, ovvero tempo, spazio e cultura da cui è generato), ed estendere l'enciclopedia e il vocabolario della linguacultura

¹⁸ Venuti, Lawrence, *The scandals of translation. Towards an ethic of difference*, London, Routledge, 1998, p.20, citato da Osimo, op.cit, p.322.t



ricevente”¹⁹. In fase di traduzione, la mia scelta si è concretizzata nel tentativo di mantenere tutta la carica semantica dei contenuti e uno stile formale quanto più simile alla forma originale, come verrà spiegato in maniera più dettagliata nei punti seguenti.

3.2 TIPOLOGIA TESTUALE E DOMINANTE

Come osserva Torop, è la dominante testuale l'elemento di cui il traduttore dovrà tenere maggiormente conto durante il processo traduttivo: “La funzione dell'analisi traduttologia è l'individuazione della dominante, di quel livello o elemento al quale prima di tutto si consegue l'unità del testo”.²⁰ Un'altra definizione utile per chiarire maggiormente il concetto di dominante e comprendere il ruolo di centralità da essa detenuta a livello testuale, è la definizione data da Newmark, secondo cui la dominante incarna l'intenzione testuale, in quanto rappresenta l'atteggiamento che l'autore ha nei confronti del testo, e per questo pervade il testo nella sua interezza, e può da esso apparire in maniera più o meno esplicita.²¹ Da ciò è possibile comprendere che la dominante di un testo nella cultura emittente può non coincidere con la dominante nella cultura ricevente, in quanto l'atteggiamento dei autore e traduttore nei confronti del testo può essere differente.

Per stabilire quale sia la dominante di un testo, è necessario fare una valutazione globale del testo, ovvero analizzare tutti gli elementi che caratterizzano il testo, che ho citato precedentemente come oggetto dell'analisi traduttologica. Il primo elemento utile da individuare è la tipologia testuale. Newmark suddivide i testi in tre tipologie in base alla loro funzione, e a ogni tipologia associa determinate caratteristiche linguistiche. Di seguito propongo la classificazione dei testi per tipologia testuale proposta da Newmark in quanto la

¹⁹ Osimo, Bruno, *Manuale del traduttore. Guida pratica con glossario*, Hoepli, Milano, 2011, pp. 322-323.

²⁰ Osimo, *op.cit.*, p. 154.

²¹ Newmark, Peter, *A Textbook of Translation*, Prentice Hall International, Hertfordshire, 1988, p. 12.



ritengo utile ai fini di una comprensione più approfondita dei testi oggetto di analisi²².

CLASSIFICAZIONE DEI TESTI PER TIPOLOGIA TESTUALE PROPOSTA DA NEWMARK:

1) Testi espressivi, ovvero testi incentrati sull'emittente;

Dominante: espressiva;

Forme testuali:

a) *letteratura*; sono da considerarsi testi letterari la poesia, le storie brevi, i romanzi e le opere teatrali;

b) *le dichiarazioni autorevoli*: consistono in testi di qualsiasi natura che derivano la propria autorevolezza dal prestigio, dall'affidabilità o dalla competenza linguistica del loro autore. Sono da includere in questa categoria i discorsi politici, i documenti prodotti da capi di partito, gli statuti e i documenti legali, le opere scientifiche, filosofiche o "accademiche" scritte da autorità indiscusse;

c) *autobiografie, saggi, corrispondenze private*: queste possono considerarsi opere espressive quando consistono in effusioni personali dell'autore, con i lettori che rappresentano una realtà remota.

2) Testi informativi, ovvero incentrati sulla realtà extralinguistica, sui fatti, sulla realtà esterna;

Dominante: informativa;

Forme testuali:

Le forme testuali dei testi di tipo informativo sono spesso delle forme standardizzate, e includono: i libri di testo, i rapporti tecnici, gli articoli di quotidiani e periodici, i saggi scientifici, le tesi, i programmi di una riunione.

3) Testi vocativi, ovvero incentrati sul destinatario, il quale viene chiamato dal testo ad agire, pensare, o sentire, ovvero a "reagire" nel modo inteso dal testo.

Dominante: vocativa

Forme testuali:

²² Newmark, *op. cit.*, pp. 39-43.



Appartengono a questo tipo testuale gli avvisi, le istruzioni, la pubblicità, la propaganda, la scrittura persuasiva (richieste, tesi) e probabilmente anche la fiction popolare

Stando alla suddivisione per tipologie testuali proposta da Newmark, i testi in esame possono essere classificati come informativi: la loro forma testuale di articolo di periodico è già sufficiente per poterli classificarli come tali. Come sottolinea Newmark, i testi hanno comunque natura essenzialmente ibrida ed è dunque comune che un testo, pur appartenendo a una certa tipologia, presenti anche delle caratteristiche comuni ai testi di altre tipologie. Questa natura ibrida è particolarmente frequente nei testi informativi, che risentono spesso di una vena vocativa, ed è appunto questo il caso del secondo testo: infatti, se si considera questo testo nella sua totalità, ci si rende subito conto che esso nasconde in maniera neanche troppo velata un'intenzione vocativa oltre a quella informativa: il testo "chiama" il lettore a condividere il punto di vista degli autori, ovvero a ritenere che la teoria del mondo armonioso sia da prediligere a livello mondiale; tale intenzione, unita all'argomento testuale dello scontro commerciale sino-americano, rende il testo uno strumento di *soft power* politico. Per *soft power* s'intende infatti l'abilità di ottenere quanto si desidera mediante l'attrazione, invece che attraverso la coercizione o la remunerazione. E' la facoltà di convincere gli altri a volere ciò che noi stessi vogliamo, condizionandoli e influenzandoli tramite il ricorso a fattori immateriali quali la tradizione culturale, le ideologie e il valore simbolico delle istituzioni. E' dunque tipico per un testo informativo che tratti di argomenti inerenti la politica, o i rapporti internazionali, fungere da strumento di *soft power* politico.

La dominante di entrambi i testi è informativa, e rispecchia dunque la tipologia testuale stessa. Il secondo testo presenta anche una sottodominante vocativa che riflette la forte vena vocativa da cui è percorso. Non ho voluto alterare in nessun modo l'intenzione testuale, perché è proprio dall'intenzione del testo che il lettore può in primo luogo percepire la cultura di partenza: nei testi di



arrivo ho dunque mantenuto la dominante informativa, nonché la sottodominante vocativa del secondo testo.

3.3 LETTORE MODELLO

Come è stato detto, i primi passi che il traduttore dovrà compiere nel formulare la macrostrategia traduttiva del testo che si accinge a tradurre sono, insieme alla scelta della dominante, la scelta del lettore modello per il testo di arrivo. Il lettore modello rappresenta la persona che il traduttore immagina leggerà il suo lavoro. Le situazioni comunicative in cui si inseriscono testo di partenza e testo di arrivo sono differenti, e il traduttore non potrà dunque prescindere, per la formulazione della sua macrostrategia traduttiva, dall'uso che verrà fatto del testo nella situazione comunicativa di arrivo.

Il lettore modello dei testi di partenza è un lettore di livello alto, un lettore colto appartenente alla cerchia accademica relativa all'ambito economico e socioculturale, ed è impersonificato da studiosi e professori; in quanto tale, costituisce un pubblico ristretto. I siti dove i testi di partenza attraggono specificatamente questo tipo di lettore: nonostante il carattere divulgativo, trattasi comunque di riviste accademiche relative all'ambito economico e socioculturale. Queste riviste sono facilmente reperibili in quanto godono di vasta distribuzione: potrebbero facilmente venire acquistate anche dal grande pubblico in quanto sono reperibili presso tutte le edicole, le *Xinhua Bookstore* e tutti gli uffici postali nazionali, ma il lettore modello rimane pur sempre un lettore di nicchia. Il team editoriale delle riviste è di alto livello, in quanto composto da professori e studiosi esperti nel campo; constano di circa 200 pagine e presentano numerose rubriche: *Shangye Yanjiu*, ad esempio, include le rubriche “Teoria commerciale ed economica”, “Business Forum”, “Operating Management”, “Economia Verde”, “Social Welfare”, “Mercato rurale”, “Economia e Finanza”, “World Economy” e “Ricerca economica”.

I siti dove i testi tradotti potrebbero potenzialmente venire pubblicati sono riviste e siti internet che affrontano tematiche di carattere economico e/o socioculturale e/o geopolitico. Mentre il lettore modello dei testi di partenza



coincide essenzialmente con un pubblico colto e dunque più ristretto, relativo alla sfera accademica, penso che sarebbe interessante proporre i testi di arrivo a due tipologie di pubblico, uno ristretto e uno più vasto, vista l'attualità degli argomenti trattati e dunque l'interesse che tali argomenti potrebbero suscitare anche nel grande pubblico.

Propongo dunque i testi a due tipologie di lettore modello. La prima tipologia di lettore modello coincide con quello cinese: il suo livello è alto, in quanto appartiene alla sfera accademica, ed è dunque rappresentato da un pubblico relativamente ristretto. L'ambito accademico di questo lettore modello è quello economico e/o socioculturale.

Per attirare questo tipo di lettore modello, il primo testo potrebbe venire pubblicato su riviste accademiche o siti internet che trattano argomenti di carattere economico e/o culturale.

Il secondo testo potrebbe essere pubblicato in riviste accademiche o siti internet inerenti economia, cultura, politica. Un esempio può esser fornito dalla rivista "Eurasia", un mensile di tipo accademico e a carattere divulgativo, reperibile in alcune librerie e punti vendita italiani specializzati, oppure online; l'ambito tematico ricoperto è quello socioeconomico e politico mondiale, è infatti costituito dalle rubriche "Teoria geopolitica", "Goeconomia", "Notizie", "Geostrategie e Militaria", "Storia, cultura, eventi", "Scienza e tecnologia", "Biblioteca", "Documenti". Il suo team editoriale è di alto livello, composto da professori e studiosi, ma chiunque può inviare delle proposte di pubblicazione che trattino i seguenti argomenti: geopolitica teorica o applicata, relazioni internazionali, politica internazionale, storia delle civiltà e dei sistemi internazionali, altre tematiche ad esse connesse.

Il secondo tipo di lettore modello appartiene invece al livello medio, ovvero al grande pubblico: egli si interessa di attualità, o semplicemente è attratto dalla realtà cinese e desidera conoscerla più a fondo, sia nei suoi aspetti economici che culturali. I siti di pubblicazione da prediligere per un tale lettore modello sono



riviste non accademiche a carattere divulgativo o siti internet inerenti l'ambito economico, socioculturale, geopolitico.

3.4 ASPETTI LESSICALI E MORFOLOGICI

3.4.1 Linguaggio settoriale

Newmark ha proposto un quadro dettagliato della correlazione che esiste tra la tipologia di un testo e i tratti linguistici che lo definiscono.²³ Secondo la sua analisi, i testi informativi tendono generalmente ad un linguaggio privo di regionalismi, privo di idioletti e che non denoti l'appartenenza a una certa classe. Ogni forma di testo informativo presenta poi determinate caratteristiche a livello lessicale e morfologico; per quanto riguarda l'articolo accademico, le caratteristiche lessicali e morfologiche che lo definiscono sono le seguenti: linguaggio letterale (denotativo e non connotativo), linguaggio settoriale oppure specialistico, presenza di latinismi, sostantivi di composizione multipla, verbi "vuoti" e assenza di metafore. Alcune delle caratteristiche appena elencate fanno riferimento a lessico e morfologia delle lingue latine, ma possono corrispondere anche a determinate caratteristiche lessicali e morfologiche della lingua cinese. Rifacendosi all'analisi di Newmark, potremmo dire che le caratteristiche lessicali e morfologiche di un testo informativo in lingua cinese sono le seguenti: linguaggio letterale, linguaggio settoriale oppure specialistico, vocaboli attinti dal *wenyan* (il cinese colto, di origine classica, usato oggi solo nello scritto), fusione di due caratteri bisillabici in un unico carattere bisillabico, verbi "vuoti", privi cioè di significato connotativo, assenza di metafore. Tali caratteristiche contribuiscono a generare uno stile formale, non emotivo, tecnico. Vediamo ora di analizzare la presenza di alcuni di questi elementi nei testi tradotti.

Il linguaggio dei testi è un linguaggio prevalentemente letterale, in cui le parole riportano cioè un significato denotativo e non connotativo. Nei testi sono presenti alcuni linguaggi settoriali, come quello del commercio, quello dell'economia e quello dell'antropologia culturale, di cui si tratterà più avanti. Per

²³ Newmark, *op. cit.*, pp.39-42.



linguaggio settoriale si intende un linguaggio appartenente a un gruppo sociale o a una cerchia professionale riconoscibile. A livello lessicale, il linguaggio settoriale è caratterizzato dalla coesistenza di parole e termini ricorrenti (tecnicismi), che sono tuttavia facilmente esportabili all'uso comune: i linguaggi settoriali vengono infatti definiti linguaggi mediamente duri o mediamente vincolanti (il linguaggio specialistico, d'altro canto, presenta termini difficilmente esportabili all'uso comune, ed è infatti chiamato linguaggio duro o vincolante, e vi è in esso una prevalenza di termini piuttosto che di parole). Va chiarito che le diciture “parola” e “termine” si riferiscono a cose diverse e vanno dunque distinte. La “parola” è usata nella lingua generale e può comprendere diverse accezioni; il “termine”, invece, si riferisce alla denominazioni di un unico concetto in un particolare settore della realtà o disciplina specialistica. In questo caso, i termini presenti appartengono ai linguaggi settoriali del commercio, dell'economia e dell'antropologia culturale.

Il linguaggio dell'economia viene normalmente classificato come linguaggio specialistico, tuttavia i testi hanno carattere divulgativo e dunque i termini economici presenti sono stati scelti per essere facilmente esportabili all'uso comune e comprensibili a livello divulgativo.

Nel primo testo, “L'influenza di valori differenti sui negoziati commerciali sino-occidentali”, è presente una terminologia relativa al linguaggio del commercio. Troviamo con una certa ricorrenza termini come *maoyi* “贸易” (commercio), *shangwu* “商务” (business, commercio), *shangwu tanpan* “商务谈判” (negoziati commerciali), *tanpan shuangfang* “谈判双方” (parti), *tanpan fengge* “谈判风格” (stile negoziale), *tanpanzhuo* “谈判桌” (tavolo del negoziato), *juece* “决策” (decision making), *juece quanxian* “决策权限” (competenza decisionale), *zhiku qunti* “智库群体” (think tank), *qude yizhi* “取得一致” (raggiungere un accordo), *tanpan duixiang* “谈判对象”



Università
Ca' Foscari
Venezia

(controparte), *tichu jianyi* “提出建议” (fare una proposta), *qianding xieyi* “签订协议” (firmare un accordo).

Nel secondo testo, “Lo scontro commerciale sino-americano visto nell’ottica del conflitto culturale”, sono presenti termini appartenenti al linguaggio del commercio e dell’economia. Essendo quello economico un linguaggio scientifico, esso presenta una terminologia non facilmente identificabile dal lettore medio; i termini utilizzati nel testo sono tuttavia facilmente comprensibili poiché i testi hanno carattere divulgativo e dunque gli autori si sono attenuti a una terminologia che potesse essere facilmente esportabile all’uso comune. Alcuni esempi dei termini presenti sono: *shuncha* “顺差” (surplus), *nicha* “逆差”(deficit), *huilv* “汇率”(tasso di cambio), *digu* “低估”(svalutazione), *shengzhi* “升值”(apprezzamento della valuta), *chengfaxing guanshui* “惩罚性关税” (dazio doganale punitivo), *chuxu* “储蓄” (risparmi), *gangwei* “岗位”(posti di lavoro), *gongzuorenyuan* “工作人员”(personale lavorativo).

I testi propongono una lettura in chiave culturale dei negoziati commerciali sino-occidentali (primo testo) e dello scontro commerciale sino-americano (secondo testo), il che porta alla presenza intertestuale anche di termini appartenenti al linguaggio dell’antropologia culturale, una branca delle scienze antropologiche che si distingue dall’antropologia sociale per la sua particolare focalizzazione sulla nozione antropologica di cultura. Esempi ricorrenti di termini relativi a quest’ambito sono: *jiazhi guannian* “价值观念”(valori), *wenhua de chayi* “文化的差异” (differenze culturali), *kuawenhua jiaoji* “跨文化交际” (comunicazione interculturale), *guannian* “观念” (mentalità), *shijieguan* “世界观” (visione), *renji guanxi* “人际关系”(rapporti interpersonali), *geren* “个人”(individuo), *jiti* “集体”(collettività), *dengji* “等级” (status sociale), *dengjizhi* “等级制” (gerarchia), *wenhua chongtu* “文化冲突” (conflitto culturale), *ruanshili* “软实力” (soft power).



La traduzione della terminologia presente non mi ha creato particolari difficoltà in quanto i termini utilizzati sono facilmente esportabili all'uso comune; solo in alcuni passaggi del secondo testo ho incontrato termini del settore economico di cui non conoscevo l'esatto utilizzo in italiano e per la cui traduzione ho dovuto dunque verificare come venivano utilizzati in testi paralleli italiani; tra i termini per i quali ho seguito tale procedimento di consultazione parallela, vi sono: *fanqingxiao diaocha* “反倾销调查”(indagine anti-dumping), *fanbutie diaocha* “反补贴调查” (indagine anti-sussidio), *chengfaxing guanshui* “惩罚性关税” (dazi doganali punitivi).

In fase traduttiva, anche il lessico testuale non mi ha causato particolari difficoltà, e ciò è da ricondurre al fatto che i testi in esame sono di carattere divulgativo e presentano dunque un lessico facilmente esportabile all'uso comune, per la cui traduzione ho dunque potuto avvalermi spesso soltanto del dizionario. Anche qui vi sono comunque state delle eccezioni: nel secondo testo, ed esempio, vi è a un certo punto un elenco di cariche ufficiali di cui non conoscevo l'esatto utilizzo in italiano e per la cui traduzione è stato dunque necessario consultare non solo il dizionario, ma anche cercare la corretta dicitura online:

[...] 美国商务部国家标准与技术局网络安全主管，陆军情报安全司令部特别行动顾问，国防部国防技术分析室部门主管，美国联邦行政学院首席运营官等。

[...] il responsabile per la Sicurezza Informatica del National Bureau of Standards e l'Information Technology Department del ministero del Commercio degli Stati Uniti, il consigliere per le Operazioni speciali del quartier generale per la sicurezza dell'Intelligence dell'Esercito, il responsabile della Divisione della Tecnologia per la Difesa del ministero della Difesa, il Chief Operating Officer degli istituti per l'Amministrazione della Federazione Statunitense, e altri.

Un'altra caratteristica dei testi informativi è l'utilizzo di verbi “vuoti”, privi cioè di valore connotativo. Nei due testi, i verbi appartenenti alla terminologia settoriale possono essere considerati “vuoti”, in quanto si riferiscono a un unico



concetto. Tuttavia, la vena vocativa presente nel secondo testo fa sì che molti verbi portino appresso anche un significato secondario, connotativo (si veda a proposito il sottocapitolo 3.4).

A livello formale va notata la presenza di vocaboli attinti dal *wenyan*, la lingua cinese classica che continua a influenzare il cinese scritto, in particolare nell'ambito di testi informativi e vocativi. Il *wenyan* viene usato prevalentemente a livello morfologico. Un esempio di utilizzo del *wenyan* nei testi in questione è la sostituzione di 为a 是, “essere”:

在20 世纪, 美国几乎所有的重要的政治家都毫无例外地把文化因素考虑为其处理外

交的组成部分; [...]

Nel Ventesimo secolo, quasi tutti i più importanti politici statunitensi hanno senza eccezione ritenuto che i fattori culturali **fossero** parte integrante del proprio modo di esercitare la diplomazia; [...]

Un'altra caratteristica tipica della lingua scritta è l'utilizzo di ausiliari diversi da

quelli normalmente usati nella lingua parlata:

-utilizzo di 将 al posto di 会 per indicare il futuro:

中国**将**成为世界性的经济军事大国, 届时 **将**不可避免地 威胁到没货的“利益”。

Ritengono che alla luce dell'attuale andamento di sviluppo cinese, la Cina **diventerà** una grande potenza mondiale economica e militare che a tempo debito **arriverà** inevitabilmente a minacciare gli “interessi” degli Stati Uniti.

-utilizzo di 不得 al posto di 不能 :

[...] 有时不得不中断谈判 [...]

[...] e a volte quando non si riesce a interrompere il negoziato [...]

3.4.2 La vena vocativa presente nel testo “Lo scontro commerciale sino-americano visto nell'ottica del conflitto culturale”



E' stato detto che il secondo testo è attraversato anche da una forte vena vocativa, come è tipico di molti testi appartenenti alla tipologia informativa. I testi vocativi sono incentrati sul destinatario, il loro fine è infatti "chiamare" il lettore nel modo inteso dal testo. A tale fine, la scelta e l'utilizzo della lingua deve essere finalizzata a determinare una relazione con il lettore, sia essa simmetrica o asimmetrica, di potere o uguaglianza, di comando, di richiesta o di persuasione. Gli elementi linguistici utilizzati per creare tale relazione tra autore e lettore generalmente sono: l'utilizzo del Tu o del Voi; nomi propri e cognomi, titoli; modi verbali indicativi, infiniti, imperativi, congiuntivi, forma passiva impersonale; formule quali "per favore". Inoltre, nel complesso, i testi vocativi devono presentare un linguaggio che sia di immediata comprensione per il lettore; infine, il linguaggio del testo vocativo può essere più o meno diretto, a seconda che esso voglia trasmettere il suo messaggio in maniera diretta o meno: quando il testo vocativo utilizza un linguaggio indiretto, cresce anche l'utilizzo delle metafore e delle parole con valore connotativo.²⁴

Come è stato visto, l'intenzione vocativa che attraversa il secondo testo è quella di chiamare il lettore a pensare che la teoria del mondo armonioso sia da prediligere a livello mondiale, che parafrasato significherebbe accettare l'ascesa pacifica della Cina nel ruolo di prima superpotenza economica mondiale. L'autore non vuol fare trasparire questa intenzione in maniera diretta, poiché il testo deve avere una finalità prima di tutto informativa: esso deve assolvere alla sua funzione vocativa in maniera indiretta, in quanto il messaggio che porta è il messaggio altrettanto indiretto della dottrina di *soft power* cinese del mondo armonioso: dietro al concetto di armonia si cela infatti il messaggio indiretto della necessità che gli Stati Uniti accettino, per il bene dell'armonia mondiale, l'ascesa della Cina a prima superpotenza economica mondiale in loro sostituzione. Per assolvere a questa sua funzione, dunque, il testo fa ricorso a due tipi di espedienti.

²⁴ Newmark, *op.cit.*, p.41.



Università
Ca'Foscari
Venezia

Il primo tipo di espediente riguarda il modo in cui viene presentato l'argomento: prima di tutto, viene detto che gli obiettivi del mondo armonioso ricalcano quelli della società armoniosa, che sono la coesistenza armoniosa tra uomo e uomo e tra uomo e natura. Non viene fatta diretta menzione al risultato concreto che tale stato di armonia internazionale porterebbe, ovvero la crescita economica della Cina e la sua ascesa pacifica a nuova prima superpotenza economica mondiale, in sostituzione degli Stati Uniti. Vengono cioè solo elencati gli obiettivi filosofici a stampo confuciano e taoista, e non quelli economici che ne deriverebbero, e che costituiscono la vera finalità dell'impiego dello strumento di *soft power* del mondo armonioso da parte della nazione cinese.

In secondo luogo, non viene mai menzionato direttamente che in un mondo in cui le nazioni convivono pacificamente, c'è spazio per una sola superpotenza, ovviamente quella cinese. Nel testo viene invece enfatizzata la "vittoria comune" in ambito commerciale di entrambe le parti, Cina e Stati Uniti, qualora vengano applicati i principi del mondo armonioso, ovvero la convivenza pacifica tra i popoli e tra le nazioni nel rispetto delle reciproche differenze culturali. In altre parole, per risolvere definitivamente lo squilibrio commerciale tra Cina e Stati Uniti, i due Paesi dovrebbero ognuno pensare ai propri affari e problemi interni, ovvero nel caso degli Stati Uniti cercare di risolvere il proprio deficit interno, e nel caso della Cina cercare di incrementare la propria domanda interna. Ciò ovviamente sottende la naturale cessione del ruolo di superpotenza economica mondiale da parte degli Stati Uniti alla Cina, ma nel testo non viene mai fatto menzione diretta a questo aspetto. Ciò rispecchia la natura della dottrina della società e del mondo armonioso, una dottrina di *soft power*, di persuasione culturale, e non di coercizione economica o militare, il cui obiettivo è dunque sempre esposto in maniera indiretta, mutuato dalla persuasione culturale.

Il secondo tipo di espediente è linguistico, consiste in un utilizzo del lessico, della morfologia e della sintassi mirati a "chiamare" il lettore nel modo inteso dal testo, come verrà analizzato in seguito. Detto ciò, ho sempre cercato di mantenere, nei limiti permessi dalla forma della lingua di arrivo, l'intenzione



vocativa del testo, allo scopo di mantenere aperto il canale tra il lettore italiano e la cultura emittente.

L'intenzione vocativa si riflette a livello linguistico innanzitutto nella scelta dei modi e delle forme verbali. Il testo predilige l'uso dell'indicativo, che mira a persuadere il lettore; non viene fatto uso di quelle forme e modi, come l'imperativo, che esprimono invece comando diretto.

L'indicativo viene utilizzato per dimostrare che quanto affermato è un dato di fatto, e il suo utilizzo al posto del condizionale, che lascerebbe invece al lettore spazio per effettuare una valutazione personale e decidere se condividere o meno quanto affermato, è ciò che conferisce al testo la sua intenzione vocativa.

Il seguente paragrafo è un esempio di come viene utilizzato l'indicativo nel testo. Dopo aver parlato della teoria costruzionista, secondo la quale “una nazione definisce i propri interessi in base alla propria storia, alla propria cultura e alle proprie tradizioni”, il testo prosegue nel modo seguente:

因此，解决国与国之间矛盾，包括贸易摩擦的方法**不是**一方在硬实力上绝对压倒另一方，**而是要**更深入地理解对方的文化，尤其是理解对方的价值观病通过文化，观念，意识形态的交流与互动解决双方的矛盾与摩擦。

La strada da seguire per risolvere i conflitti tra nazioni, inclusi gli scontri commerciali, **non consiste** dunque nell'opprimere in maniera decisa una parte sfruttando il proprio hard power, **ma consiste** nella necessità di comprendere in maniera più approfondita la cultura della controparte, in particolar modo i suoi valori, intraprendendo uno scambio culturale, di pensiero e ideologico e interagendo per risolvere i conflitti e gli scontri inter partes.

Come si vede da questo paragrafo, viene usato l'indicativo al posto del condizionale, che lascerebbe invece spazio al lettore per valutare personalmente la teoria costruzionista. Nel testo cinese, per esprimere il senso affermativo dell'indicativo italiano, vengono usati i verbi 是, 不是.

Un altro esempio dell'uso dell'indicativo è dato dal seguente passaggio:

中美两国文化理念与价值观的差异，**界定了**中美两国不同的国家利益，成为中美贸易摩擦的固有根源。



Il diverso pensiero culturale e i diversi valori di Cina e Stati Uniti **determinano** i diversi interessi nazionali dei due Paesi, diventando la causa primaria del loro scontro commerciale.

Anche in questo caso, l'uso dell'indicativo spinge il lettore a condividere quanto affermato.

Il linguaggio testuale è chiaro e di immediata comprensione per il lettore, altra caratteristica tipica dei testi con intenzione vocativa. Ciò vale non solo per il linguaggio, ma anche per i contenuti: per garantire chiarezza a livello contenutistico, i concetti vengono non solo esposti in maniera semplice e immediata, e vengono spesso anche ribaditi o ripetuti:

因此，我们认为，中美两国不同的文化理念与价值观 [...] 是中美贸易摩擦的固有根源。中美两国神圣不可侵犯的国家利益分别构筑了各自的贸易战略，[...] 并制造了贸易摩擦。

Riteniamo dunque che i diversi pensieri culturali e i diversi valori di Cina e Stati Uniti, [...] siano la causa intrinseca dello scontro commerciale sino-americano. Gli interessi nazionali sacri e inviolabili di Cina e Stati Uniti sono alla base delle rispettive strategie commerciali, [...] e sono all'origine degli scontri commerciali.

E' stato visto che entrambi i testi, essendo di natura innanzitutto informativa, presentano un linguaggio prevalentemente letterale, caratterizzato cioè da parole e termini con significato denotativo e non connotativo. Tuttavia, essendo il secondo testo caratterizzato anche da una forte vena vocativa, in esso viene fatto ricorso anche a un linguaggio con valore connotativo, cioè con significato secondario aggiunto a quello primario, o denotativo. La qualità connotativa del testo traspare principalmente dalla scelta dei modi verbale, dai verbi, nomi e aggettivi, e dal ricorso ad alcune espressioni idiomatiche.

Per quanto riguarda i modi verbali, come è stato visto, la scelta del modo indicativo conferisce al verbo un valore persuasivo.

Molti nomi, verbi e aggettivi utilizzati per parlare dello scontro commerciale sino-americano, ricalcano un lessico di tipo militare, che verrà presentato in



dettaglio in un'apposita appendice. Tale lessico viene impiegato soprattutto per parlare della cultura egemonica statunitense.

Viene anche fatto ricorso a delle espressioni idiomatiche, tipici elementi con un

intrinseco valore connotativo:

要解决中美贸易失衡，中美两国应该首先 “各人打扫门前雪” 而不应该以邻为壑。

Per risolvere lo squilibrio commerciale sino-americano, la Cina e gli Stati Uniti dovrebbero prima “**spazzare la neve dalla propria soglia**” invece che vedere il vicino come una pattumiera.

《华盛顿邮报》的一篇评论也认为，美国只有“**先把自己的屋子打扫干净**”，解决其长期存在的巨额赤字问题，在解决全球性问题上才具有公信力。

Anche secondo un commento pubblicato sul *Washington Post*, gli Stati Uniti potranno guadagnare credibilità nel risolvere i problemi internazionali soltanto se “**fanno prima pulizia in casa propria**” e risolvono gli enormi problemi di deficit che hanno da tempo.

3.4.3 Errori nel testo di partenza

Newmark fa notare che una grande percentuale dei testi di tipo informativo è scritta male ed è a volte inaccurata, è che è spesso compito del traduttore “correggere” i dati in essi riportati e lo stile: “Oggi giorno, la maggioranza delle traduzioni è migliore dei loro originali-o almeno dovrebbe esserlo”²⁵. E infatti, almeno nel secondo testo, vi sono alcuni errori, sia a livello di contenuto che a livello di forma.

A livello di contenuto, ho riscontrato un solo errore, consistente nella scrittura errata di un nome proprio occidentale, “Alexander Wendt”:

建构主义学者亚历山大·温特(Alexander **Wendy**, 2004)

Il costruzionista americano Alexander **Wendt** (2004)

²⁵ Newmark, op.cit., p.41.



A livello formale invece, ho riscontrato un errore di punteggiatura: per introdurre una citazione, il testo utilizza il punto e virgola laddove servirebbero i due punti o la virgola:

如梅新育(2005)所说; 偏见比争端更加可怕。

Come ha affermato Mei Xinyun (2005), il pregiudizio fa più paura del conflitto.

3.5 ASPETTI SINTATTICI

Anche dal punto di vista sintattico ho cercato di mantenere tutti gli elementi, sia contenutistici che formali, del testo di partenza. L'organizzazione sintattica incide in particolar modo sulla forma di un testo, e anche quando il traduttore decide di adottare una strategia estraniante, rispettare la forma del testo di partenza è spesso la sfida più difficile, in quanto la lingua del testo di arrivo e quella del testo di partenza seguono regole grammaticali differenti che rendono spesso indispensabile apportare modifiche alla sintassi del testo di arrivo per poterla rendere comprensibile e corretta dal punto di vista grammaticale nella lingua di arrivo.

Ho mantenuto invariate le caratteristiche sintattiche del prototesto tutte le volte che è stato possibile farlo senza interferire con la correttezza formale e grammaticale del testo di arrivo. A livello sintattico, i testi sono caratterizzati dalla struttura prevalentemente paratattica; inoltre, viene spesso fatto ricorso alla figura retorica della ripetizione.

La sintassi paratattica non esplicita i rapporti logico-temporali tra le proposizioni: in essa le frasi, nonostante il loro diverso valore informativo, sono legate dalla coordinazione, si trovano cioè tutte sullo stesso livello; ciò contribuisce a creare periodi incisivi e dal ritmo sostenuto. Un esempio di struttura paratattica è dato dalla seguente struttura: “Sta arrivando. Gli vado incontro”. Al contrario, la sintassi ipotattica è caratterizzata dall'esplicitazione dei rapporti di dipendenza logica o temporale che legano le proposizioni; ciò incide



sul ritmo del periodo, rallentandolo. Es.: “Dal momento che sta arrivando, gli vado incontro”.

Nei testi di tipo informativo (che come abbiamo visto includono le forme testuali del libro di testo, del rapporto tecnico, dell'articolo di quotidiano e periodico, del saggio scientifico, della tesi, del programmi di riunione), e in generale in ogni tipo di espressione scritta, la lingua cinese tende a prediligere la struttura paratattica; nel caso specifico di articoli di quotidiani e periodici, la struttura paratattica viene senz'altro prediletta, in quanto rende più scorrevole la comprensione del testo, contribuendo in questo modo alla finalità testuale stessa, l'informazione. La lingua italiana tende invece a prediligere una sintassi ipotattica, ed è frequente riscontrare tale predilezione anche nel linguaggio degli articoli di quotidiani e periodici: l'italiano cerca sempre di mantenere un tono e un registro piuttosto elevato e questo tipo di costruzione delle frasi sicuramente contribuisce a creare questo effetto.

Una sintassi paratattica agevola non soltanto il processo traduttivo di un testo, ma rende più scorrevole anche la comprensione del testo stesso. In fase di traduzione, ho mantenuto la struttura paratattica del cinese: anche la struttura sintattica, al pari delle singole parole, costituisce infatti un elemento culturo-specifico di una lingua, e ho dunque voluto mantenere questo elemento in traduzione.

La paratassi dei testi in esame è caratterizzata dalla predilezione per i periodi indipendenti, separati dal punto. Un esempio di paratassi nel primo testo è il seguente:

所以，西方人通常将谈判作为达到某一特定目标的工具。他们对表面的仪式性东西看得很淡，而对实质性的问题都非常敏感。在谈判中他们语言坦率，着眼于对上未解决的问题。

Per gli occidentali, il negoziato è dunque un mezzo finalizzato al raggiungimento di un determinato obiettivo. Gli occidentali guardano con indifferenza agli aspetti cerimoniali esteriori, ma sono molto sensibili verso ciò che concerne le questioni



sostanziali. Nel corso del negoziato adottano un linguaggio diretto e si focalizzano sulle questioni che ancora non hanno risolto con la controparte.

Se fosse stata utilizzata una struttura ipotattica, i periodi, tra cui sussiste un rapporto di dipendenza logica, sarebbero potuti essere collegati tra loro attraverso il nesso logico di causalità “dal momento che”: «Dal momento che per gli occidentali il negoziato è un mezzo finalizzato al raggiungimento di un determinato obiettivo, essi guardano con indifferenza agli aspetti cerimoniali esteriori, [...]»

Un altro esempio è dato dalla successione di periodi iniziali del secondo testo:

中美贸易摩擦从现象上看呈现的是中国对美国的贸易顺差，美国对中国的贸易逆差。但从更深刻的层面看，中美贸易摩擦实质上是中美两国文化的冲突和摩擦，尤其是价值观的冲突的摩擦。中美两国不同的文化有意无意地左右的控制着中美贸易行为，因此，治理中美贸易摩擦应该从这一更深层次上展开。

Lo scontro commerciale tra Cina e Stati Uniti sembra in apparenza consistere nell'attivo della bilancia commerciale della Cina verso gli Stati Uniti e nel deficit commerciale degli Stati Uniti verso la Cina. Tuttavia, se si guarda a un livello più profondo, si può vedere che tale scontro è in realtà il conflitto e lo scontro tra la cultura di due Paesi, e soprattutto il conflitto e lo scontro tra i loro rispettivi valori. Che lo si voglia o meno, le culture differenti di Cina e Stati Uniti informano e dominano le pratiche commerciali sino-americane, ed è dunque necessario partire da questo livello più profondo per risolvere lo scontro commerciale tra i due Paesi.

Anche in questo caso, di fronte a delle proposizioni legate da un nesso logico di causalità, il testo non esplicita la loro relazione ma le pone sullo stesso piano, rendendole proposizioni indipendenti separate dal punto. Se il periodo fosse stato reso facendo ricorso all'ipotassi, il nesso logico tra le proposizioni si sarebbe potuto esplicitare nel modo seguente: «Nonostante lo scontro commerciale tra la Cina e gli Stati Uniti sembra in apparenza consistere nell'attivo della bilancia



commerciale della Cina verso gli Stati Uniti e nel deficit commerciale degli stati Uniti verso la Cina, se si guarda a un livello più profondo, si può vedere che in realtà [...]».

Ovviamente, nonostante i testi tendano a prediligere le strutture paratattiche, quando c'è particolare bisogno di specificare i nessi logico-temporali tra le proposizioni, il testo fa ricorso anche a strutture ipotattiche:

虽然2010年美国已经两次推迟发布吧中国定位汇率操纵国的汇率调查报告，但中美两国货币汇率只争并没有因此解决。

Anche se nel 2010 gli Stati Uniti hanno già rimandato due volte il rilascio dell'inchiesta sul tasso di cambio della Cina, dichiarato paese manipolatore del tasso di cambio, ciò non ha affatto contribuito a porre fine alla guerra tra il tasso di cambio della valuta cinese e il tasso di cambio della valuta americana.

Un altro aspetto da notare a livello sintattico è il frequente ricorso alla ripetizione. La lingua cinese considera la ripetizione un fattore positivo, indice di chiarezza concettuale. Tuttavia, le frequenti ripetizione delle parole, che il cinese tende a prediligere, in italiano sono considerate degli errori, in quanto tendono ad appesantire il discorso a discapito della forma.

Ho dunque eliminato le ripetizioni testuali ogni qual volta risultassero superflue. Nell'esempio che segue, invece di tradurre 中美贸易摩擦 con “scontri commerciali sino-americani”, sono ricorso alla traduzione “tali scontri”, in quanto il lettore può intuire da ciò che è stato detto in precedenza che si tratta di scontri commerciali tra la Cina e gli Stati Uniti:

因此，美国的战略就是对中国实施全方位、多领域、常态性的常态性的遏制;而在贸易领域则是频繁地制造各种贸易摩擦,使中美贸易摩擦成为常态,并使中美贸易摩擦阶段性地反复升级。

Gli Stati Uniti hanno perciò adottato nei confronti della Cina una strategia di contenimento a tutto campo e di normalizzazione, mentre in ambito commerciale sono soliti fomentare scontri di ogni tipo, facendo diventare **tali scontri** commerciali la norma, e provocandone di sempre più frequenti.



Università
Ca' Foscari
Venezia

Nell' esempio che segue, ho sostituito a “spada di Damocle”, a cui il testo ha già fatto più volte menzione, il pronome “la”:

因此, 他们一次又一次地抛出将中国定为“汇率操纵国”的提案。“汇率操纵国”似乎

成了一柄悬在中国头上的“达摩克利斯剑”, 似乎只需要, 他们随时都可以咬断悬挂

“**达摩克利斯剑**”的马鬃, 让锋利的“达摩克利斯剑”刺向中国。

Gli Stati Uniti hanno dunque più volte presentato mozioni nelle quali attribuiscono alla Cina il ruolo di “paese manipolatore del tasso di cambio”. “Paese manipolatore del tasso di cambio” è quasi diventata una “spada di Damocle” sospesa sopra la testa della Cina, quasi che, qualora ce ne fosse bisogno, essi potessero spezzare il crine di cavallo che **la** tiene sospesa e far sì che la sua lama affilata trafigga la Cina.

Un'altra ripetizione fin troppo frequente per essere riportata tal quale nel testo italiano senza incidere sulla forma, riguarda la continua menzione di Cina e Stati Uniti, che in alcuni punti ho sostituito con “i due Paesi”:

这一机制结束了中国向美国输出留学生的单项交流时代, 开启了中美深层次交流的新

纪元, 对**中美**关系的未来影响巨大。

Tale meccanismo ha posto fine all'epoca dello scambio unidirezionale degli studenti cinesi verso gli Stati Uniti e ha segnato l'inizio di una nuova era di intenso scambio tra la Cina e gli Stati Uniti, influenzando enormemente i rapporti che **i due Paesi** intratterranno in futuro.

3.6 RESIDUO TRADUTTIVO

Nella definizione data da Osimo, il residuo traduttivo è quell' “elemento della traduzione che, dopo aver elaborato una propria strategia, il traduttore decide di non tradurre all'interno del testo nella cultura ricevente perché risulta una delle



sottodominanti meno prioritarie o, comunque, risulta difficile o apparentemente impossibile da tradurre”²⁶.

La scelta di una macrostrategia estraniante implica la volontà di voler produrre la minor quantità di residuo traduttivo possibile. A livello di contenuti, la mia intenzione è stata quella di mantenere tutta la carica semantica e culturale dei testi originali, cosa in cui spero di essere riuscita.

In un caso sono intervenuta sul testo con una nota: il secondo testo menziona una rivista, il *World Journal*, di cui io personalmente non ero a conoscenza; ritenendo che essa potesse essere sconosciuta anche ad altri lettori italiani, ho inserito la seguente nota del traduttore a piè di pagina: “Rivista in lingua cinese pubblicata nell’America settentrionale per i cinese d’oltreoceano”.

A livello lessicale, nel testo “L’influenza di valori differenti sui negoziati commerciali sino-occidentali” vi è un nome che non sono riuscita a tradurre, e che costituisce l’unica forma di residuo traduttivo che sono consapevole di aver prodotto a livello di contenuti.

美国学者帕伊感慨地 在其著作中写道: “许多我们会见过的美国工商业者告诉我们, 他们已经学会, 在中国人中间, 只须用口头约定, 点一点头或者握一下手, 来决定协议或协议生效的可能。”

Uno studioso americano scrive con emozione in un suo libro: «Molti degli industriali e dei commercianti che ci è capitato di incontrare ci hanno detto di aver già imparato che in Cina basta un appuntamento dato a parole, un cenno del capo o una stretta di mano tra le persone per determinare un accordo o la possibilità che questo entri in vigore.»

Non essendo riuscita a risalire alla traduzione di 帕伊 , traslitterazione fonetica del nome dello studioso americano, ho omesso il suo nome, traducendo semplicemente con “uno studioso americano”. Il materiale lessicale straniero presente nei testi cinesi è spesso fonte di problemi traduttivi in quanto viene

²⁶ Osimo, *op.cit.*, p.307.



Università
Ca'Foscari
Venezia

sottoposto al processo di traslitterazione fonetica dai caratteri latini ai caratteri cinesi, e se il traduttore non conosce già il nome traslitterato in caratteri cinesi, può essere difficile risalire alla sua forma originale in caratteri latini, specialmente quando il nome in questione non è famoso .

A livello sintattico, il residuo traduttivo è marginale, in quanto è limitato all'omissione o sostituzione delle frequenti ripetizioni presenti nel testo di partenza; è un residuo necessario produrre ai fini della forma del testo di arrivo, e che non ha nessun impatto a livello semantico e culturale.

4. APPENDICE

Lessico militare presente nel testo “Lo scontro commerciale sino-americano visto nell’ottica del conflitto culturale”:

	CINESE	PINYIN	ITALIANO
	霸权	baquan	egemonia
	霸权战略	baquan zhanlve	strategia egemonica
	壁垒	bilei	barriera
	惩罚性	chengfaxing	punitivo
	刺向	cixiang	traffiggere
	敌对	didui	avverso



Università
Ca' Foscari
Venezia

帝国主义	diguo zhuyi	imperialismo
抵制	dizhi	resistenza
对手	duishou	avversario
恶意	eyi	ostilità
遏制	ezhi	contenimento
遏制挑战国	ezhi tiaozhanguo	contenere i paesi sfidanti
封锁	fengsuo	blocco
捍卫	hanwei	proteggere
均势	junshi	equilibrio dei poteri
军事实力	junshi shili	forza militare
控制	kongzhi	dominare
扩张性	kuozhangxing	espansionismo
强大的压力	qiangda de yali	formidabile pressione
权利	quanli	potere



Università
Ca' Foscari
Venezia

让步	rangbu	concessioni
挑战	tiaozhan	sfida
维护核心地位	weihu hexin diwei	difendere la posizione di centralità
威胁	weixie	minaccia
压倒	yadao	opprimere /sopprimere
硬实力	ying shili	<i>hard power</i>
优势地位	youshi diwei	posizione di superiorità
争	zheng	lottare
中美贸易摩擦	zhongmei maoyi moca	scontro commerciale sino-americano
中美文化冲突	zhongmei wenhua chongtu	conflitto culturale sino-americano



Università
Ca' Foscari
Venezia

BIBLIOGRAFIA

Volumi

ABBIATI, MAGDA, *Propizio è intraprendere imprese. Aspetti economici e socioculturali del mercato cinese*, Libreria Editrice Cafoscarina, Milano, 2006.

BUSATO, VIRGINIA, *Conoscere i cinesi*, Franco Angeli, Milano, 2006.

CHIENG, ANDRE', *La pratica della Cina. Cultura e modi del negoziare*, O barra O edizioni, Milano, 2012.

CUCINO, DAVIDE, *Tra poco la Cina*, Bollati Boringhieri, Torino, 2012.

JACKSON, ROBERT; SØRENSEN, GEORG, Chapter 6 "Social Constructivism", in *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*, Oxford University Press, 2006.

JULLIEN, FRANÇOIS, *Pensare l'efficacia in Cina e in Occidente*, Editori Laterza, Bari, 2008.



Università
Ca' Foscari
Venezia

LIPPIELLO, TIZIANA, *Confucio. Dialoghi*, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino, 2006.

MARIANI, MARCO, *La guida del Sole 24 Ore alla negoziazione*, Gruppo 24 ore, Torino, 2011.

NEWMARK, PETER, *A Textbook of Translation*, Prentice Hall International, Hertfordshire, 1988.

OSIMO, BRUNO, *Manuale del traduttore. Guida pratica con glossario*, Hoepli, Milano, 2011.

RAMPINI, FEDERICO, *Il secolo cinese*, Piccola Biblioteca Oscar, Milano, 2006.

SCARPA, FEDERICA, *La traduzione specializzata. Un approccio didattico professionale*, Hoepli, Milano, 2008.

SCARPARI, MAURIZIO, *Il confucianesimo. I fondamenti e i testi*, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino, 2010.

Articoli in riviste

AKGUNES, ASUMAN; CULPEPPER, ROBERT, “Negotiations Between Chinese and Americans: Examining the Cultural Context and Salient Factors”, in *The Journal of International Management Studies*, Vol. 7 n° 1, 1 Aprile 2012, pp. 191-200.

DONG, QIUMIN; LEE, YU-FENG L., “The Chinese concept of Face: a perspective for Business Communicators”, in *Journal of Business & Society*, Vol. 20, 2007, pp. 204-216.

GHAURI, PERVEZ; FANG, TONY, “Negotiating with the Chinese: A Socio-Cultural Analysis”, in *Journal of World Business*, Vol.36 n° 3, autunno 2001, pp.303-325.

GRAHAM, JOHN L.; LAM, MARK, “The Chinese Negotiation”, in *Harvard Business Review*, ottobre 2003.

SEBENIUS, JAMES K.; QIAN, CHENG (JASON), “Cultural Notes on Chinese Negotiating Behavior”, in *Harvard Business School Working Paper*, n° 09-076, 2008.

Siti



Università
Ca' Foscari
Venezia

<http://www.chinalawblog.com> (consultato il 14.09.2012)

www.chinesenegotiation.com (consultato il 3.12.2012)

www.china-briefing.com (consultato il 3.12.2012)

www.tuttocina.it (consultato il 20.12.2012)

www.china-files.com (consultato il 28.01.2013)

www.lacrescitafelice.blogspot.com (consultato il 16.05.2013)