

# La comunicazione interculturale tra italiani e tedescofoni

## Eventi comunicativi

Maria Speggiorin  
(Università Ca' Foscari Venezia, Italia)

**Abstract** The aim of this article is to investigate the importance of Cultural Knowledge related to communicative events when learning or teaching a second or a foreign language. This will be especially carried out through some examples of cultural differences between the Italian speaking community and the German speaking one concerning specific situations. Those examples are useful, even though not sufficient, in order to stress the necessity to persist in developing such intercultural skills when aiming at communication.

**Sommario** 1 Inquadramento generale. – 2 Il termine 'Evento Comunicativo'. – 3 Un esempio più che uno strumento. – 4 Situazioni potenzialmente problematiche. – 4.1 I pasti. – 4.2 Colazione. – 4.3 Pranzo e cena. – 4.4 Barbecue. – 4.5 Kaffeetrinken. – 4.6 Vortrinken. – 4.7 Telefonata. – 4.8 E-mail. – 4.9 Compleanni. – 4.10 Festività. – 4.11 Il Natale. – 4.12 Il Carnevale. – 5 Conclusioni.

**Keywords** Communicative Event. Kaffeetrinken. Vortrinken. German speaking countries. Pragmatics.

## 1 Inquadramento generale

È ormai parte integrante dello scenario comune a quanti siano coinvolti nell'ambito dello studio delle lingue, quanta importanza abbia raggiunto la componente culturale con tutte le sue sfaccettature. È risaputo quanto non sia più possibile limitarsi alla conoscenza della grammatica, della fonetica e delle altre componenti prettamente linguistiche di una lingua per poter interagire con i parlanti nativi. In un inquadramento dichiaratamente pragmatico e comunicativo, la conoscenza della lingua si affianca sempre più al 'saper fare con la lingua',<sup>1</sup> competenza non necessariamente conseguente alla prima. Se si possiede uno strumento infatti, non necessariamente lo

<sup>1</sup> Si fa qui riferimento alla suddivisione proposta da Balboni (2013, 9), con tre tipologie di competenza parimenti necessarie e interagenti l'una con l'altra. Le competenze che costituiscono il 'sapere' la lingua, quelle che costituiscono il saper fare lingua e quelle che costituiscono il 'saper fare con la lingua'. Quest'ultima abilità viene descritta come la «pro-

si sa usare: al momento giusto, con le modalità giuste, con i destinatari adeguati: c'è sempre una cornice che influenza una pratica, un messaggio o un gesto. Trascurare questa cornice può significare mancare l'obiettivo nell'azione, non tenere conto di alcune variabili in gioco, da cui ne dipende il buon esito. In passato è già stata operata, in questo ambito, una suddivisione tra culture ad 'elevato' e 'basso' contenuto contestuale (*High-context cultures vs. Low-context cultures*):<sup>2</sup> nelle prime, i messaggi che vengono comunicati sono spesso indiretti e inespressi verbalmente, nelle seconde al contrario la parola gioca un forte ruolo e gli individui tendono a non affidarsi del tutto al linguaggio non verbale. Senza volersi inoltrare, con il presente saggio, nell'ambito della comunicazione non verbale, questa differenziazione risulta comunque utile per comprendere l'importanza a volte sottovalutata del contesto comunicativo e quella a volte sopravvalutata che si attribuisce al linguaggio. È esperienza di tutti i giorni quanto inutili siano talvolta le parole per giustificare un comportamento o un gesto fallace, compiuto più o meno involontariamente: evidentemente, le parole a volte non bastano (o non servono, secondo i punti di vista) per comunicare. L'importanza di questa disciplina, inoltre, non sussiste soltanto per quanti mirano alla propria integrazione nel paese ospitante o progettano una lunga permanenza in esso. Si dirà di più: non è importante soltanto in riferimento al paese e ai suoi abitanti, quanto più agli appartenenti ad una determinata cultura (e parlanti nativi di una determinata lingua) in qualunque paese. È naturale che un individuo porti con sé il suo bagaglio di usi e tradizioni in qualunque posto vada, creando delle aspettative per ogni occasione comunicativa che possono essere confermate o disattese. Più che per uno spirito di adattamento ad un codice standard quindi, l'importanza di questa materia risiede nella possibilità di comprendere senza pregiudizi il perché le aspettative, rispetto alla situazione in cui ci si trova, possono essere mancate senza che questo crei disguidi o cattivi rapporti con gli altri attori in scena. D'altra parte una persona che dimostri di saper padroneggiare oltre che la lingua anche la cultura dell'interlocutore è facilitata nell'essere accolta e corre meno rischio di offendere (pur involontariamente) la controparte o di trovarsi in situazioni disagiate per entrambe le parti. Il presente articolo non fa riferimento all'ambito specifico socio-culturale legato ai linguaggi verbali e non verbali, né a quello dei valori culturali di fondo, seppure si intersechi necessariamente con questi (in un evento comunicativo tutte queste componenti entrano in gioco, come ogni interazione è caratterizzata oltre che dal contesto anche dagli attori

duzione attraverso il meccanismo di padronanza di testi orali e scritti che contribuiscono a eventi comunicativi, governati da regole sociali, pragmatiche, culturali».

2 La distinzione è operata nel 1976 da Hall e ripresa nel 2014 da Bowe et al. nel capitolo dedicato a «Culture, Communication and Context» e precisamente a p. 6.

che ne prendono parte); l'argomento che si prefigge di affrontare questa ricerca è quello degli 'eventi comunicativi'.

## 2 Il termine 'Evento Comunicativo'

Il cuore del presente articolo è formato da una sorta di elencazione di diverse circostanze, come può essere una cena, il bere un caffè con un amico, il festeggiare un evento, le quali seguono delle regole tacite, ma implicitamente conosciute e riconosciute da ogni membro di una determinata cultura. Ognuno di noi utilizza la propria madrelingua in modo fluido e inconsapevole e non si pone domande sui motivi delle proprie scelte grammaticali: per quale ragione, ad esempio, alle volte per formare il passato prossimo si utilizza l'ausiliare essere e altre il verbo avere? Se qualcuno ci chiedesse spiegazioni in merito, probabilmente non avremmo una risposta pronta, o al massimo risponderemmo con una frase banale del tipo: 'perché l'italiano è così'. Chi non abbia molta familiarità con le lingue straniere, potrebbe immaginare che comunque anche altre lingue operino questa scelta, presumendo quindi che ci sia una legge logica alla base. Eppure, essendo la lingua un prodotto culturale per eccellenza, i principi sottostanti il sistema grammaticale di una lingua naturale possono essere talmente complessi da sottrarsi alla semplice logica. Se le lingue naturali seguissero unicamente la logica, come un algoritmo, tutte le lingue si dovrebbero assomigliare (ed effettivamente alcuni tratti comuni ci sono, tuttavia molti altri no). Alle volte le ragioni di una norma sintattica che utilizziamo al giorno d'oggi hanno radici così lontane nel passato che è un'impresa ardua, se non impossibile, riuscire a individuarle in modo esaustivo. Non deve stupire quindi, che lo stesso avvenga per certe tradizioni, delle quali noi sperimentiamo la forma che si è fissata nel tempo, dopo trasformazioni che sono dipese da molteplici fattori a noi ignoti, e che può creare non pochi problemi tra popoli di diversa provenienza e con un diverso sviluppo storico e culturale alle spalle. Ting-Toomey e Chung (2012, 18-19) pongono i simboli, i significati e le norme culturali ad un livello intermedio di manifestazione culturale in un popolo, alla cui superficie sta la *popular culture* e ad un livello più profondo le tradizioni, i credo e i valori che non si possono comprendere semplicemente osservando ma solo attraverso uno studio approfondito. Questi ultimi tuttavia entrano in relazione tra loro e influenzano lo sviluppo di norme e atteggiamenti collettivi. Quando si parla di 'Eventi Comunicativi', si fa riferimento a una situazione in cui avviene comunicazione (sia a livello verbale, sia a livello non verbale) tra più individui all'interno di una cornice o un contesto

prestabilito, che segue un determinato protocollo tacitamente condiviso.<sup>3</sup> Il mancato rispetto del protocollo può creare difficoltà ed incomprensioni sotto diverse forme (da una semplice battuta di scherno ad una grossa offesa che necessita di scuse da parte di uno degli attori in gioco).<sup>4</sup>

Un esempio lampante può essere un pranzo in ristorante. Se appena arrivati ordinassimo al cameriere una zuppa, una cotoletta e un budino come dolce, saremmo tutti piuttosto stupiti e alquanto contrariati se nel portarci le pietanze il cameriere invertisse l'ordine rispetto a come lo abbiamo formulato; non tanto perché l'abbiamo formulato in quel modo, ma perché nella cultura italiana (e non solo), la tacita regola che sta alla base della consumazione di un pasto completo prevede che prima vada consumato il pasto salato (in particolare prima pasta o zuppa o qualunque pietanza appartenente alla categoria dei primi piatti, e poi qualunque secondo piatto come carne, pesce, formaggio e/o verdure) e solo alla fine quello dolce. Va notato tuttavia che questa non è una regola basata sulla logica: la suddivisione è abbastanza arbitraria se si pensa ad altre culture: in Francia ad esempio, si usa ordinare gli antipasti (*entrées*), un piatto principale con contorno e un dessert, senza alcuna divisione tra primo o secondo. Di conseguenza, l'italiano che si trova per la prima volta in Francia, se non avesse un'adeguata preparazione 'culturale' potrebbe trovarsi in difficoltà, qualora decidesse di cenare in un bistrot. Un caso analogo, frutto delle divergenze culturali tra italiani e tedescofoni, si profila se un italiano viene invitato per un caffè a casa di un'amica tedescofona e si programma la giornata lasciando una mezz'oretta libera giusto per un caffè non sapendo che un tale invito nella cultura tedescofona può implicare molto più tempo, e addirittura la possibilità di un susseguente invito a cena. Può sembrare, sulle prime, che gli eventi comunicativi non siano che un aspetto secondario rispetto ai valori più profondi che caratterizzano un popolo. In realtà, come accennato, essi non sono che la concretizzazione

3 In *Intercultural Competence* di Lustig e Koester (2013) si utilizza la dicitura «Social Episodes» per questo tipo di eventi, aggiungendo nel dettaglio che le componenti che li formano sono cinque: *cultural patterns, social roles, rules of interaction, interaction scenes* e *interaction contexts*. Non entreremo ora nel merito di tale suddivisione, pur ritenendola interessante per quanti desiderino approfondire i singoli elementi.

4 La definizione qui elaborata non va confusa con il concetto di 'evento linguistico' di Hymes (1972a), nel quale la lingua svolge un ruolo fondamentale, tale che se la si levasse dalla situazione verrebbe a mancare l'evento stesso (come ad esempio una telefonata, il raccontare una barzelletta, il tenere una conferenza): non a caso si è specificato che la comunicazione avviene a livello sia verbale che non verbale. Vanno considerati eventi comunicativi anche una colazione consumata in silenzio, una partita di calcio, l'andare al cinema o qualunque altra circostanza definibile per tempo e luogo in cui partecipino due o più individui di comune accordo. Essendo comunque difficile delimitare in modo netto quando si tratti di un evento in cui la lingua è fondamentale o quando non lo è, faremo riferimento con gli esempi forniti, a situazioni in cui la lingua può o può anche non essere fondamentale nel contesto.

nel quotidiano di tali valori e il non rispettarli, il non curarsene, può facilmente essere interpretato come non condivisione o non rispetto di un sentimento più profondo che sta alla loro base.

### 3 Un esempio più che uno strumento

Il presente articolo non ha la pretesa di dare una competenza o uno studio esaustivo su tutti gli eventi comunicativi e le problematiche legate ad essi in ambito tedescofono e italofono. Il presupposto è che serva un determinato atteggiamento<sup>5</sup> al fine di potersi muovere al meglio nel campo e costruire da sé la propria competenza e il proprio 'catalogo' di eventi comunicativi, senza per altro pretendere o aspettarsi che questo resti immutato. L'obiettivo è quello di fornire esempi di diversità e contrasto in determinate situazioni del quotidiano offrendo uno spunto e uno stimolo alla ricerca autonoma di circostanze potenzialmente problematiche. Avendo la consapevolezza che gli eventi culturali possano avere modalità diverse nel mondo germanofono rispetto alle nostre abitudini e che siano per lo più circostanze definibili e descrivibili con anticipo è possibile prepararsi preventivamente attraverso la semplice raccolta di informazioni in merito. Tuttavia non c'è un catalogo con un regolamento scritto per ogni circostanza che uno studioso della lingua/cultura possa mettersi a consultare preventivamente convinto di sapersi muovere poi come un nativo senza pericolo di fare gaffe. Anche l'impresa di creare tale catalogo sarebbe poco utile dal momento che gli eventi comunicativi hanno spesso carattere non nazionale, ma regionale o addirittura locale (come vedremo nel festeggiamento del carnevale). Se si tentasse di imparare le regole comportamentali di tutte le culture o, all'interno di una stessa, di tutti i sottogruppi locali, l'impresa sarebbe probabilmente da considerarsi impossibile e addirittura poco utile: le tradizioni, e quindi anche le norme comportamentali, sono un fenomeno che varia nel tempo, si creano, si modificano, si adattano e si mescolano con le altre culture. Si correrebbe costantemente il rischio di violare una norma e di offendere qualcuno. Tuttavia non curarsi minimamente di questo aspetto o sottovalutarlo porterebbe inevitabilmente ad una situazione di ansia, fattore incluso da Jandt (2013) tra gli elementi che costituiscono una barriera alla comunicazione interculturale (Jandt

5 Atteggiamento descritto da Ting-Toomey e Chung come «open mindset» e «attentive heart» necessari ad elaborare la conoscenza acquisita (esplicitamente o implicitamente) sia con lo studio sia con l'esperienza al fine di realizzare una comunicazione interculturale flessibile: di un interlocutore/interagente che sappia passare dal proprio quadro di riferimento a quello altrui senza giudicare o comunque cambiando il parametro di valutazione in base alla cultura di riferimento. Si consulti a tal proposito il secondo capitolo di *Understanding Intercultural Communication*, 2012.

2013), nella quale non si sa come muoversi, ci si dimostra impacciati e in cui il contatto con l'altro passa in secondo piano. Per questo è bene tenere a mente che l'elenco qui presentato serve più a innescare un meccanismo critico e a sostenere un particolare approccio personale che a fornire una reale ed esaustiva conoscenza del fenomeno. Tale approccio include innanzi tutto il tenere bene a mente che le differenze nelle norme comportamentali tra diverse culture esistono e possono creare problemi, include l'essere consci del fatto che le nostre conoscenze di base sugli usi e sugli eventi comunicativi di un popolo possono essere frutto di un pregiudizio e non rispecchiare la realtà e include, elemento essenziale, la capacità di rimanere nella posizione dell'osservatore e non di chi è pronto a giudicare. L'etnocentrismo è infatti una trappola in cui è molto facile cadere e che comporta il ritenere le proprie abitudini, in caso siano diverse, le migliori rispetto a quelle nuove che si incontrano.<sup>6</sup> Lustig e Koester fanno infatti notare (2013, cap. 4) che l'individuo tende, erroneamente, a leggere ogni abitudine e comportamento altrui all'interno del proprio quadro di valori di riferimento, dando per scontato che esso sia quello corretto.

Proprio al fine di sollecitare la ricerca autonoma in questo ambito, viene proposta in seguito una modalità di organizzazione del materiale disponibile nelle realtà che si incontrano a mano a mano (poiché questo tipo di competenza si crea anche, se non soprattutto, istantaneamente e meno preventivamente) attraverso l'esperienza. Si tratta di una tabella presentata inizialmente da Lado (1955) e poi ripresa da Balboni (2013, 165) con l'esempio della colazione italiana paragonata al *breakfast* angloamericano. La tabella riportata segue un esempio preso dall'elenco proposto più avanti, in riferimento alle abitudini italiane rispetto a quelle nei paesi di popolazione tedescofona.<sup>7</sup>

Per costruire una tabella simile è importante non riportare semplicemente i risultati delle osservazioni, magari con una vena critica (ad esempio 'il caffè in Germania si beve slavato') ma analizzarli fornendo interpretazioni (almeno parziali) e indicando i nessi contestuali. Tradotto concretamente, la tabella deve dare atto della 'forma', ma anche della 'distribuzione' e del 'significato'. Questo serve soprattutto a comprendere le inter-relazioni tra le pratiche, la cultura e i valori che stanno alla base delle usanze diffuse

6 L'etnocentrismo viene affrontato da Jandt (cap. 4) e, nel suo opposto, da J. Jackson (2014, 64-66) che illustra il concetto di etnorelativismo, considerando quest'ultimo non come un'assenza di preferenza, accettazione e adozione forzata di abitudini estranee, bensì il considerare che la scelta che si compie circa una norma, un'abitudine o un'azione è il risultato di una preferenza soggettiva che non dipende da principi assoluti.

7 Va sottolineato che facendo riferimento ai paesi "tedescofoni" alcune caratteristiche possono variare da paese a paese e da regione a regione, soprattutto quando si parla dell'ambito culinario, dato che la produzione locale gioca un forte ruolo nel caratterizzare l'alimentazione di una circoscritta area geografica. Questa variabilità va tenuta presente comunque per tutte le altre voci.

e ormai entrate sistematicamente nella quotidianità di una cultura.<sup>8</sup> Ciò indebolisce i pregiudizi e rende l'osservazione più costruttiva (oltre al fatto che rinforza il ricordo di tale circostanza).

	<b>Forma</b>	<b>Distribuzione</b>	<b>Significato</b>
<b>Bere il caffè in Italia</b>	Può essere bevuto da solo. Ristretto e nero è quello più usuale ma ci sono tantissime varianti anche da persona a persona. Può accompagnarsi a dei biscottini ma solo il pomeriggio e mai con il fine di riempirsi lo stomaco.	Solitamente non occupa molto tempo e si svolge ripetutamente nell'arco della giornata. Tuttavia si sta diffondendo un po' più di attenzione agli effetti collaterali di tale bevanda e c'è chi preferisce ridurre il consumo. Quando ci si invita per un caffè assieme, tuttavia, questo può essere anche di breve durata, prima che entrambi proseguano con i rispettivi impegni.	L'Italia non ha mai nascosto una sorta di venerazione per questa bevanda. Non si tratta semplicemente di passare del tempo in compagnia (un caffè va spesso bevuto anche da soli), è una vera questione di gusto e quasi di necessità quella di berlo ed è a questo probabilmente che si deve la varietà delle tipologie: è un lusso e come tale va gustato al meglio.
<b>Kaffeetrinken</b>	Solitamente il caffè è molto allungato, ad eccezione di locali specializzati anche la macchina con cui lo si fa è diversa e ad un Italiano può sembrare annacquato. È entrato sempre più nelle abitudini, tuttavia non con il culto tipico italiano. La varietà è minore.	Quando si parla di <i>Kaffeetrinken</i> anche tra amici, ci si sta invitando a passare del tempo insieme, solitamente il pomeriggio, e non ha un tempo limitato come evento, potrebbe anche prolungarsi per un invito a cena e per questo non è meno frequente.	Il significato di questo evento non è strettamente legato alla consumazione del caffè, tanto che si può parlare tranquillamente di <i>Kaffeetrinken</i> e poi finire col bere tè. È un modo per dire ad una persona che si vuole passare del tempo assieme, e se si svolge nell'abitazione privata di uno degli attori in gioco, questi probabilmente farà trovare all'altro dei dolcetti o dei biscotti come se fosse una grossa merenda. L'evento può costituire anche un (primo) appuntamento in una coppia ed è un momento che può essere considerato molto confidenziale tra due persone.

8 Balboni propone una seconda modalità di registrazione dei dati che tiene presente delle tre componenti «Codici Verbali», «Codici non Verbali» e «Valori Culturali», in relazione agli eventi in cui si realizzano (2013, 163).

## 4 Situazioni potenzialmente problematiche

Di seguito presentiamo alcuni esempi per entrare in merito e dare forma concreta ai concetti finora trattati a livello teorico. Essi vengono ripresi dalla mappa interculturale disponibile online all'indirizzo: <http://www.mappainterulturale.it>. Tale mappa fa riferimento non soltanto a Svizzera, Germania e Austria, ma a diverse aree del mondo studiate sia dal punto di vista dei valori, che dei linguaggi verbali, non verbali e degli eventi comunicativi. Gli eventi, che sono il fulcro della presente trattazione, vengono presentati in forma schematica, sebbene risultino per nulla semplici da analizzare, né brevi da descrivere. La scelta adoperata segue l'intenzione di facilitare il lettore nella comprensione della ricerca qui svolta.

### 4.1 I pasti

Per quanto riguarda gli orari, quelli dei pasti sono molto diversi dai nostri: per la cena si mangia intorno alle 18.00, mentre per il pranzo (soprattutto la domenica) verso le 12, a volte addirittura le 11.00 ed è più un brunch che un vero e proprio pranzo. Anche l'ordine e la composizione dei piatti si differenzia: non c'è la cultura di 'antipasto, primo, secondo con contorno, dolce', ma, ad eccezione del dolce, i piatti tedeschi sono piatti unici, in cui è tutto mescolato e tutto va consumato contemporaneamente sullo stesso piatto, magari con abbondante salsa.

### 4.2 Colazione

La colazione nei paesi germanofoni, Alto Adige italiano compreso, è prevalentemente composta da cibi salati e decisamente abbondante. Sia chi ha avuto occasione di mangiare in un rifugio dolomitico sia chi ha soggiornato in Germania, Austria o Svizzera, è sicuramente stato sorpreso nel notare come nella tavola del buffet siano presenti in gran misura affettati, formaggi, frutta e verdura oltre alle marmellate e le piccole porzioni di crema di nocciole. È vero tuttavia che sempre più anche negli hotel italiani sono presenti oltre ai croissant anche gli affettati, per andare incontro a turisti dall'estero con diverse abitudini, e che di risposta per lo stesso motivo negli hotel d'oltralpe si sono aggiunti anche cibi dolci. Il problema può presentarsi semmai quando si viene ospitati in case private e ci si trova quindi a doversi adattare alle abitudini di una famiglia ospitante. Va notato poi che l'abitudine di un gran buffet a colazione, che a un italiano può dare l'impressione di essere sempre in vacanza, non va presa come un qualcosa di irrinunciabile e quindi egli non dovrebbe aspettarsi ogni mattina tale trattamento, a meno che non sia in hotel, poiché ogni famiglia

ha i suoi ritmi e, a causa di esigenze di lavoro o studio, può decidere anche di bere un semplice caffè e mangiare qualcosa di solido al volo prima di partire da casa durante la settimana e di concedersi il sostanzioso buffet al sabato e la domenica.

#### 4.3 Pranzo e cena

In Germania si tende ad invitare qualcuno per bere qualcosa o per andare a cena fuori con largo anticipo; questa premura, però, in Italia non raggiunge l'effetto desiderato, anzi, al contrario, l'italiano dubita dell'importanza dell'evento, con il risultato di non presentarsi, soprattutto se qualche giorno prima non riceve ulteriore conferma, via messaggio o telefonata. Altre incomprensioni nascono nel momento in cui non tutti gli invitati sono puntuali. In Italia è abitudine aspettare all'entrata o fuori dal locale i ritardatari, mentre i tedeschi prendono già posto ed ordinano solo da bere. Per noi un atteggiamento simile è indice di maleducazione ed allo stesso modo per loro il grosso ritardo per la cena, su cui noi, tendenzialmente, chiudiamo un occhio. Per i tedeschi, inoltre, l'invito è sempre serio, perché non condividono la nostra concezione dell'invito generico volto a mostrare simpatica e cordialità. Se non viene mantenuto, si offendono. Se si viene invitati a pranzo o a cena, la prima differenza che salta all'occhio è la mancanza di bevande sul tavolo su cui si mangia, perché riposte su una mensola o altro ripiano. Per l'italiano, che beve più spesso durante i pasti e che lascia le bevande sul tavolo, chiedere continuamente al padrone di casa di prendere e portare la bottiglia è fonte di imbarazzo.

#### 4.4 Barbecue

Questo ambito non presenta problemi di comunicazione interculturale; è tuttavia interessante notare come il barbecue rappresenti un evento decisamente meno raro che in Italia. I giovani tedescofoni, appena lo permetta la stagione, possono decidere di organizzare barbecue in cui ognuno si porta bevande e la carne che desidera cucinarsi e l'evento può protrarsi anche dal pomeriggio alle ore più tarde della sera senza vincoli di orario. Una festa barbecue (*Grillfest*) può essere organizzato anche alle dieci del mattino e continuare dopo il consueto orario del pranzo nei giorni festivi e rappresenta quindi una semplice occasione per trascorrere del tempo in compagnia all'aria aperta, magari portando con sé un pallone, la chitarra o giochi da fare assieme.

#### 4.5 *Kaffeetrinken*

In Germania, Austria e Svizzera è una tradizione molto comune quella di invitare amici e parenti a casa propria per bere un caffè, il che equivale ad un invito perlopiù formale in cui ci si intrattiene per tutto il pomeriggio, addirittura potrebbe andare a concludersi con una cena assieme. Un italiano che non ha presente questa tradizione potrebbe trovarsi in difficoltà, perché potrebbe prendersi altri impegni nel pomeriggio. In questa occasione non è necessario portare un regalo, perché con molta dedizione il padrone di casa prepara ogni leccornia possibile, e potrebbe anche imbastire un'intera tavola di dolci, biscotti, stuzzichini preparati appositamente. Il *Kaffeetrinken* si addice a qualunque tipo di ritrovo: sia con un amico, sia con una persona appena conosciuta, sia per un primo appuntamento. I giovani invece sono più propensi a incontrarsi al bar o anche in una caffetteria, senza che l'invito di bere un caffè assieme implichi che la parte proponente offrirà la consumazione.

#### 4.6 *Vortrinken*

Tra i giovani un'usanza diffusa è quella di trovarsi a bere a casa di un amico prima di uscire la sera. Tale attività è denominata *Vortrinken*, al sud dell'area germanofona, in analogia al preriscaldamento meccanico, anche *Vorglühen*. Se ad esempio si decide di andare ad una festa verso le ore 23.00, è facile che si venga invitati attorno alle 21.30-22.00 a casa di un amico per 'bere prima'. È anche usanza in questi casi portare qualcosa da bere con sé perché di norma l'ospitante offre salatini o snack di vario genere ma ognuno provvede alle proprie bevande (seppure è facile che poi qualcosa vada condiviso) in modo da ovviare al problema che chi ospita si debba preoccupare dei gusti di tutti, di chi preferisce non bere alcol, ecc.

#### 4.7 Telefonata

La comunicazione telefonica è un momento di interazione sociale in cui due parlanti devono stabilire in breve tempo una relazione tra di loro, soggetto a diverse difficoltà. Utile è quindi soffermarsi sulle regole basilari con cui si delinea l'apertura di una telefonata. Inizialmente il ricevente, secondo la forma più in auge, risponde enunciando il nome dell'organizzazione, seguito dal nome personale (cognome) e da una forma di saluto. La forma di saluto impersonale più frequente è *Guten Tag* ('buongiorno') accanto al più enfatico *Schönen guten Tag* ('un bel buongiorno') e il meno frequente *Guten Morgen* ('buona mattina'). Nelle tre forme di saluto è sempre presente l'intonazione ascendente, che invita il chiamante a prendere il

turno, senza che l'invito si manifesti sul piano lessicale. Formule più esplicite come *Was kann ich für Sie tun?* ('cosa posso fare per lei?') sembrano riservate ad organizzazioni di una certa importanza oppure ai call-center. Generalmente il chiamante ripete a sua volta la stessa forma di saluto che gli è stata rivolta, ma con l'intonazione discendente, per esprimere poi il motivo della chiamata.

Nell'ambito di una telefonata privata dai toni confidenziali il ricevente risponde con un semplice *Hallo*, nonostante sia frequente sentire anche *Ja?* come risposta, seppur possa sembrare più frettolosa. La consuetudine di rispondere con il proprio cognome, fino a una ventina d'anni fa usuale in tutta l'area germanofona, appare ora in via d'estinzione. Saluti standard per congedarsi sono *Aufwiedersehen* o *Aufwiederhören* ('arrisentirci') mentre tra amici è più frequente il saluto *Tschüs*.

#### 4.8 E-mail

Per scrivere in modo corretto una lettera di posta elettronica, dopo aver inserito l'indirizzo di posta del destinatario, è bene specificare sempre l'oggetto, ovvero l'obiettivo dell'email. Alla prefazione segue il corpo centrale della mail, nel quale si inseriscono le motivazioni della comunicazione. Come nelle lettere cartacee, nelle email più formali si usa l'appellativo *Sehr geehrte(r)* ('egregio/a'), nei contesti meno formali *Liebe(r)* ('caro/a'). Per congedarsi, a seconda della formalità della mail, si possono prendere in considerazione diverse formule, tra cui *Mit freundlichen/herzlichen Grüßen* ('cordiali saluti') a cui si può anticipare una frase di ringraziamento, come *Ich bedanke mich im voraus für die Aufmerksamkeit.* ('ringrazio anticipatamente dell'attenzione'), o il più familiare *Liebe Grüße* (corrispondente a 'tanti saluti'). A differenza delle lettere cartacee, nelle mail spesso si abbreviano i saluti finali con *mfg* (*mit freundlichen Grüßen*) o *lg* (*liebe Grüße*).

#### 4.9 Compleanni

Il giorno del compleanno viene festeggiato in entrambi i paesi, nonostante con alcune differenze. Ogni famiglia tedesca dà molta importanza ai compleanni, tanto che possiede un calendario dei compleanni (*Geburtstagskalender*) e si festeggia ad ogni età, mentre in Italia gli adulti spesso ritengono che una volta superata una certa età non ci sia più il bisogno di celebrarlo. In Germania tra gli invitati sono presenti sia i genitori del festeggiato, sia i suoceri (qualora fosse sposato), proprio perché è importante festeggiare tutti insieme. I dipendenti di banche, negozi ed aziende, addirittura, ricevono via posta un biglietto di auguri. Al compleanno non

ci si presenta in nessun caso a mani vuote ed i tedeschi, nel fare i regali, danno sfogo a tutta la loro creatività. La confezione del regalo sembrerebbe quasi essere il regalo stesso, tanto è originale, dettagliata, abbellita con fiocchi, nastri, caramelle e palloncini colorati. In Italia si pensa, però, che tutta questa pomposità non corrisponda effettivamente al valore del regalo, che per i tedeschi spesso si rivela essere una scatola di cioccolatini. Ad ogni modo un regalo senza confezione non è apprezzato. Generalmente al tedesco non fa piacere sapere all'altro quanto si è speso tramite regalo di buoni o soldi, nonostante questi vengano richiesti in alcuni casi per comprare l'oggetto desiderato. Diversamente l'italiano si informerebbe sull'oggetto per poi, assieme agli amici, raccogliere i soldi per comprarlo direttamente.

#### 4.10 Festività

I giorni considerati di festa in Germania, Austria e Svizzera non sempre corrispondono alle feste raccomandate in Italia. Data la natura religiosa della maggior parte delle feste, in Germania i giorni festivi possono variare da regione a regione, a seconda della confessione dominante. La festa nazionale in Svizzera è il 1° agosto (data del mitico 'Giuramento di Rütli'), in Austria il 26 ottobre (Dichiarazione di Neutralità) e in Germania il 3 ottobre (Riunificazione).

#### 4.11 Il Natale

Il Natale (*Weihnachten*)<sup>9</sup> è sicuramente la festa più amata e sentita dai tedescofoni. Ogni città, comunità e famiglia si prepara per questo evento e ci sono moltissime iniziative e festeggiamenti. Anche nei paesi di lingua tedesca, il Natale è una tipica festa da passare in famiglia. A differenza dell'Italia però, i regali vengono scambiati già alla Vigilia: a tale scopo, all'imbrunire, le famiglie si uniscono intorno all'albero di natale, accendono candele e cantano canzoni tradizionali come *Stille Nacht*, ormai famosa in tutto il mondo. In Baviera e Austria, spesso si trova anche il presepe.

I mercatini di Natale sono una tradizione ben radicata nella cultura germanica, dalla Germania settentrionale fino all'Austria e all'Alto Adige. Con le loro bancarelle dell'artigianato e gli stand gastronomici attirano anche molti turisti stranieri intenti a comprare oggettini decorativi natalizi assaggiando biscotti speziati (*Plätzchen*), e bevendo del *Glühwein* (vin brulè). Oltre all'aspetto turistico dei mercatini, è un modo per riunire

9 «Natale in Germania», <http://www.viaggio-in-germania.de/natale.html>.

la comunità nel periodo di festa, per trovarsi nelle piazze, passeggiare e vivere insieme il periodo natalizio. Il mercatino di Natale più famoso è il *Christkindlsmarkt* di Norimberga.

#### 4.12 Il Carnevale

Il Carnevale, in tedesco<sup>10</sup> *Karneval*, *Fasching* o *Fastnacht*, è una festa legata alla tradizione cattolica, e pertanto viene festeggiato soprattutto nelle regioni a maggioranza cattolica. Specie nella zona del Reno (Düsseldorf, Colonia e Magonza) i festeggiamenti sono quasi senza limiti. Non è come il famosissimo Carnevale veneziano in cui si vedono girare maschere elaboratissime e costosissime, da fotografare più che da indossare. È presente la sfilata dei carri ma la vera festa, che comincia il giovedì grasso e culmina il lunedì successivo (detto *Rosenmontag*), ha più l'aspetto di una festa popolare in cui non importa che maschera si indossa (si può anche non averla), l'importante è esserci e festeggiare in compagnia. Il giovedì grasso, in tedesco *Weiberfastnacht*, ovvero 'carnevale delle zitelle', le donne possono letteralmente fare ciò che vogliono, compreso girare per le piazze con le forbici per tagliare la cravatta a uomini malcapitati. A Düsseldorf, la città si ferma ed è in festa per tre giorni. A Monaco il carnevale cittadino prende il nome di *Fasching*. A sud-ovest della Germania e in Svizzera, il Carnevale ha caratteristiche ancora diverse, si chiama *Fasnet* e si rifà molto alla tradizione medievale con costumi da demoni, streghe e stregoni ed ha un carattere molto rituale e legato alla tradizione popolare.

## 5 Conclusioni

Gli esempi offerti, assieme alla chiarificazione circa il loro significato e la loro importanza in senso generico, servono quindi a munire chiunque sia interessato ad imparare una nuova lingua per poterla utilizzare in contesti comunicativi come anche chi voglia di riflesso insegnarla, di una possibilità e di una prospettiva validi per approcciare la cultura target nel modo il più possibile aperto, flessibile e privo di pregiudizi. Oltre alla semplice constatazione delle differenze che intercorrono tra una cultura e l'altra, come è stato fatto in questo articolo, ancora più interessante sarebbe per l'osservatore analizzare le corrispondenze tra un particolare valore, una tradizione, la storia locale, le credenze di un popolo e le norme, gli eventi comunicativi che si sono poi affermati nella collettività. Gli eventi comuni-

10 «Carnevale in Germania». *Mondointasca*, <http://www.mondointasca.org/2006/01/26/carnevale-in-germania/>; «Carnevale alla Tedesca», <http://www.viaggio-in-germania.de/carnevale.html>.

cativi, di fatto, legano la teoria alla pratica, l'astratto al concreto. Un conto è studiare la letteratura e la cultura di un popolo, informarsi circa i valori più profondi, le credenze e gli usi; un altro è porsi nella prospettiva di assumere all'occorrenza tali usi, scendere al compromesso di contrattarli con i propri e voler approfondire cosa sta dietro ad un simbolo, ad un segno e ad un atteggiamento. Questo secondo passo è essenziale se si vuole creare relazione e se si vuole realmente comunicare (senza interferenze) con chi non ha il nostro stesso sfondo culturale.

## Bibliografia

- Balboni, P.E. (2007). *La comunicazione interculturale*. Venezia: Marsilio.
- Balboni, P.E. (2012). *Le sfide di Babele*. Torino: UTET Università.
- Balboni, P.E. (2013). *Fare educazione linguistica. Insegnare Italiano, lingue straniere e lingue classiche*. Torino: UTET Università.
- Balboni, P.E. (2014). *Didattica dell'Italiano come lingua seconda e straniera*. Torino: Loescher Editore.
- Bowe, H., Martin K. e Manns H. (2014). *Communication across cultures. Mutual understanding in a global world*. Port Melbourne: Cambridge University Press.
- Caon, F. (2008). *Tra lingue e culture. Per un'educazione linguistica interculturale*. Milano: B. Mondadori.
- Duranti, A. (2000). *Antropologia del linguaggio*. Roma: Maltemi editore.
- Duranti, A. (2002). *Culture e discorso. Un lessico per le scienze umane*. Roma: Maltemi editore.
- Hall, E.T. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Books Editions.
- Duranti, A. (2000). *Antropologia del linguaggio*. Roma: Meltemi Editore, 258
- Jackson, J. (2014). *Introducing Language and Intercultural Communication*. Oxon: Routledge.
- Jandt, F. E. (2013). *An Introduction to Intercultural Communication Identities in a Global Community*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Kroeber, A.L. (1983). *Antropologia: razza, lingua, cultura, psicologia, preistoria*. Milano: Feltrinelli.
- Lado, R. (1957). *Linguistics across cultures. Applied linguistics for language teachers*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Lusting, M.W.; Koester J. (2013). *Intercultural Competence. Interpersonal Communication Across Cultures*. Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Porcelli, G. (1994). *Principi di Glottodidattica*. Brescia: La Scuola
- Santipolo, M. (2002). *Dalla Sociolinguistica alla Glottodidattica*. Torino: UTET Università.
- Ting-Toomey, S.; Chung, C.L. (2012). *Understanding Intercultural Communication*. New York: Oxford University Press, Inc.

---

Young Yun, K. (2001). *Becoming Intercultural. An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*. Thousand Oaks: Sage Publications.

