

- *Materiale divulgativo di volume di: Trevisani, Daniele (2005). **Negoziazione Interculturale: Comunicazione oltre le barriere culturali**. Dalle relazioni interne sino alle trattative internazionali". Franco Angeli editore, Milano.*
- *Materiale protetto da copyright dell'editore e dell'autore, è proibita la riproduzione non autorizzata o l'utilizzo del testo senza citazione della fonte.*



Fonte:

- ➔ Trevisani, Daniele (2005). **Negoziazione Interculturale: Comunicazione oltre le barriere culturali**. Dalle relazioni interne sino alle trattative internazionali". Franco Angeli editore, Milano. Cap. 1
- ➔ Articolo a cura di [www.studiotrevisani.it](http://www.studiotrevisani.it) Ricerca e Consulenza in Comunicazione e Management

## Trovare l'imprinting: la consapevolezza delle proprie matrici culturali

### Principio 5 – Consapevolezza delle proprie fonti culturali

Il successo della comunicazione dipende dalla consapevolezza:

1. delle fonti personali (persone fisiche) che hanno realizzato *imprinting* significativi sul proprio sistema di credenze e comportamenti;
2. delle fonti mediate (media, libri, letture, films) che hanno inciso sulla propria cultura personale;
3. dei tempi dell'assimilazione e delle sue fasi significative e pietre miliari;
4. della profondità di assimilazione nel Self delle diverse regole culturali, norme, guide, leggi e insegnamenti che si adottano;
5. dalla capacità di riconoscere i fattori e le persone da cui si sono assimilate specifiche abilità, atteggiamenti e comportamenti oggi praticati sul lavoro e a livello professionale (es: dove e da chi si sono appresi gli stili e comportamenti di negoziazione e di relazione oggi usati).

Si può accettare di tenere con sé una regola culturale, o si può decidere consapevolmente di tentare di eliminarla dal proprio modo di essere, ma solo dopo avere preso coscienza della sua esistenza (**autodeterminazione culturale**).

Nel metodo ALM, l'individuo è visto come una cellula in grado di applicare osmosi positive (scambiare con l'ambiente flussi di sapere e di esperienze).

Come in ogni cellula, senza scambio non esiste né nutrimento né eliminazione di tossine. Così, anche nella comunicazione interculturale è necessario saper eliminare le tossine culturali che impediscono il buon funzionamento del Self, e sapersi aprire all'immissione di nuovi elementi.

### Principio 1 – Autodeterminazione culturale e locus-of-control interno culturale

Il successo della comunicazione dipende:

6. dalla capacità del soggetto nello scegliere quali regole culturali e tratti culturali mantenere nel proprio bagaglio personale (set culturale);
7. dalla capacità del soggetto nello scegliere quali regole culturali e tratti culturali eliminare dal proprio set;
8. dalla capacità del soggetto nello scegliere quali nuove regole culturali e nuovi tratti acquisire nel proprio bagaglio personale;
9. dalla consapevolezza di fondo del fatto che sia possibile svolgere un'analisi di scoperta e consapevolezza della propria cultura, per riprendere il controllo delle regole culturali che si applicano. Questa conquista dipende dalla revisione del senso di controllo sul proprio destino, sugli eventi, e persino sulla propria cultura, vista come qualcosa su cui il soggetto può agire (*locus-of-control* interno).

Il negoziatore interculturale è vivo – come una cellula biologica - quando aperto al proprio cambiamento e allo scambio con l'ambiente. È morto e produce esiti nefasti quando rifiuta di accettare che le diversità esistono e devono essere capite e analizzate.

- ☞ *Materiale divulgativo di volume di: Trevisani, Daniele (2005). **Negoziazione Interculturale: Comunicazione oltre le barriere culturali**. Dalle relazioni interne sino alle trattative internazionali". Franco Angeli editore, Milano.*
- ☞ *Materiale protetto da copyright dell'editore e dell'autore, è proibita la riproduzione non autorizzata o l'utilizzo del testo senza citazione della fonte.*
- 

Tanto maggiore la sua capacità di scambio e osmosi con l'ambiente, quanto maggiore il livello di fitness psico-fisiologico.

L'essere interculturale è altrettanto morto quando non possiede una propria identità, accetta incondizionatamente la "memetica" altrui e rifiuta il proprio patrimonio, disperdendo quanto di buono esso abbia da offrire alla ricchezza relazione.

Come in molte delle attività umane, un buon esito richiede la capacità di trovare un **equilibrio tra** (1) tendenza alla accettazione incondizionata della cultura altrui (**ipocrisia culturale**) e (2) tendenza all'imposizione incondizionata della propria cultura verso l'altro (**imperialismo culturale**).

Gli stati di coscienza alimentano le identità culturali. Essere italiano ed essere stato cresciuto nella cultura italiana produce una visione del mondo assimilabile ad uno stato di coscienza, e alcuni comportamenti – ad esempio sedersi tutti a tavola in famiglia – entrano nella sfera della normalità di quello stato di coscienza.

È normale mangiare assieme in Italia, così come è normale fare compiti ed esercizi in mensa per uno studente universitario americano ed evitare accuratamente di parlare con i commensali. È rarissimo vedere uno studente universitario italiano seduto ad un tavolo con altri amici non dialogare, e chiudersi sul libro con carta e penna. Può accadere, ma non fa parte della cultura italiana. Così come risulta strano per un italiano pensare che il luogo più frequentato di una cittadina universitaria americana la domenica sera, verso mezzanotte, sia la biblioteca.

Arrivare a tavola tardi e andarsene prima non è culturalmente corretto nella cultura italiana standard, ma è normale nella cultura americana, passare la nottata al *computer center* è positivo per uno studente americano, orribile per un italiano. Per una certa cultura italiana "furbesca", passare una nottata a studiare è cosa da non far sapere a nessuno, per non essere additati come "secchioni". Per lo studente americano copiare è riprovevole, per l'italiano è da furbo. Si tratta di **"memi" diversi che circolano**: "se copi sei furbo" vs. "se copi sei un fallito". Ogni negoziazione interculturale porta con se "memi" diversi.

Il problema delle culture è che le loro norme non scritte entrano "senza bussare", per osmosi, e queste norme diventano tangibili solo quando avviene un contatto con una cultura diversa. Ad esempio, uno studente italiano che offra ad un collega americano di copiare i propri compiti, per renderselo amico, anziché rafforzare un legame verrà additato, rifiutato e relegato.

Anche le aziende hanno culture tra loro diverse, così come le aree aziendali (amministrazione, vendite, acquisti, produzione) hanno culture proprie e distinte. A causa della grande varietà di input a cui si è esposti, non esiste una creatura che ragioni con gli stessi identici schemi mentali di un'altra.

In questo contesto, le persone si trovano a negoziare e a comunicare.