



COLLOQUIUM

MULTILINGUISMO E INTERCULTURALITÀ

CONFRONTO, IDENTITÀ, ARRICCHIMENTO

Atti del Convegno
Centro Linguistico Bocconi
(Milano - 20 ottobre 2000)

a cura di
Giuliana Garzone Laura Salmon Luciana T. Soliman

— Edizioni Universitarie di Lettere Economia Diritto —



INDICE

<i>Prefazione</i> (di Giuliana Garzone e Laura Salmon)	7
<i>Introduzione</i> (di Luciana T. Soliman)	11

PARTE PRIMA INTERCULTURALITÀ E COMUNICAZIONE

Cesare Giacobazzi <i>Cosa c'è di vero in un'esperienza interculturale immaginata?</i>	19
Erika Nardon-Schmid <i>Competenza interculturale e conoscenza delle culture. Una prospettiva italo-tedesca</i>	29
Nadine Celotti <i>Parole e immagini dell'«Altro» nella pubblicità. Un percorso didattico interculturale</i>	49
Svetlana Slavkova <i>Strategie linguistiche nei testi della stampa russa</i>	75

PARTE SECONDA INTERCULTURALITÀ E MEDIAZIONE LINGUISTICA

Louis Begioni <i>Per una metodologia della traduzione specializzata. Dall'approccio contrastivo e interculturale all'uso delle nuove tecnologie</i>	89
Delia Chiaro <i>Lingua, media e società. Prospettiva sociolinguistica e traduzione</i>	103

Maria Grazia Scelfo <i>Tradurre l'«Altro»: tra ideologia e manipolazione</i>	115
Laura Salmon <i>Diminutivi e vezzeggiativi russi nella ricezione interlinguistica. Dal «culture shift» alla traduzione</i>	125
PARTE TERZA INTERCULTURALITÀ E MANAGEMENT	
Rita Salvi <i>Lingua e intercultura nella comunità aziendale anglofona</i>	147
Marcella Frisani <i>Pratiche di management culturale negli Istituti di Cultura europei</i>	167
Raffaella Tonin <i>New Economy/ Nueva Economía: tra prestito e lessicalizzazione</i>	173
Marie Thérèse Claes - Bianca Maria San Pietro <i>L'impatto della multiculturalità nel management</i>	189
Sonja Engelbert <i>Contestazione e reclamo in un contesto interculturale italo-tedesco</i>	197



Marcella Frisani

PRATICHE DI MANAGEMENT CULTURALE NEGLI ISTITUTI DI CULTURA EUROPEI

1. LA DIPLOMAZIA CULTURALE EUROPEA: UN MODELLO IN MUTAZIONE

Il modello di diplomazia culturale diffuso in Europa appare, nello scenario internazionale, come estremamente originale. Diversamente dagli Stati Uniti in cui il sistema liberale ha determinato una politica funzionale a facilitare la circolazione all'estero della cultura vista come *entertainment*, alla stregua di una qualunque merce, gli Stati europei, mettono in campo delle organizzazioni intermedie con il ruolo di agire nelle relazioni internazionali, promuovendo all'estero la cultura del paese che rappresentano. È il modello che ha dato vita alla rete dei vari British Council, Instituto Cervantes, Goethe Institut, degli Istituti Italiani di Cultura e così via.

Tali agenzie culturali, si trovano oggi a far fronte a uno stato di crisi finanziaria determinato dal taglio dei sovvenzionamenti votati dai Parlamenti nazionali, alla quale i quadri dirigenti reagiscono utilizzando modi di gestione più flessibili e formule dinamiche prese in prestito dal settore privato. Mecenatismo, patrocinio, ricerca di contratti nel privato e presso entità pubbliche, partecipazione ai programmi dell'Unione Europea, gli Istituti di Cultura abbandonano progressivamente la loro identità originaria, per funzionare sempre più sul modello di un'impresa. Da questo punto di vista il British Council rappresenta «un modello di *cultural business*» nel paesaggio europeo; registrato come *charity*, esso si caratterizza come un'entità autonoma a carattere non ministeriale che gli consente di «proporsi come organizzazione senza scopo di lucro, ottenendo pertanto fondi di finanziamento: una posizione esatta giuridicamente, ma discutibile sul piano politico» (Roche 1998: 69).

Simmetricamente, l'irruzione sulla scena della cooperazione europea di nuovi protagonisti, quali gli Enti Locali (in particolare le Regioni), le organizzazioni internazionali e i programmi europei, impongono agli Istituti di Cultura una riflessione sulla loro identità, oltre che l'adozione di politiche culturali fermamente orientate nel senso della cooperazione multilaterale, essendo le logiche bilaterali inadatte in questo paesaggio divenuto ormai complesso.

1.1. *Le ragioni della crisi*

Le ragioni di questa crisi sono molteplici e si intrecciano senza sosta con quella che è la crisi di un modello che la globalizzazione dei mercati contribuisce a far mutare radicalmente. Gli Istituti di Cultura, essendo una diretta emanazione degli stati nazionali, finiscono per subirne fortemente le alternanze politiche, soffrendo di burocrazia, politizzazione e mancanza di flessibilità. Inoltre, le logiche amministrative proprie dei ministeri nazionali, rendono possibile solo in parte il reclutamento del personale in loco, impedendo di conseguenza un abbattimento dei costi a questo livello. Infine, soprattutto in ambito italiano, i quadri dirigenti degli Istituti di Cultura, spesso provenienti da studi umanistici indispensabili per affrontare questioni di diplomazia culturale quali la diffusione della lingua, gli scambi scientifici e universitari, si trovano a dover affrontare problemi che afferiscono a una cultura di tipo manageriale. Dall'altro lato i direttori identificano nell'incessante *turn-over* dei collaboratori un fattore di instabilità che li obbliga a riadattarsi costantemente al nuovo personale, con ovvie ripercussioni sul piano della programmazione annuale delle attività culturali.

1.2. *Pratiche di management culturale*

Negli ultimi tempi si assiste a un forte cambiamento sul piano della gestione delle risorse governative destinate a finanziare gli Istituti; la cultura economica neo-liberale, infatti, li obbliga a funzionare sempre più sul modello di un'impresa anziché secondo le logiche tipiche di un ente pubblico. In Europa la strada è stata aperta dal Regno Unito nei primi anni Ottanta con i governi Thatcher e Major, una tendenza che non è stata comunque rimessa in discussione neanche dall'attuale governo laburista di Tony Blair.

Questa politica di gestione degli Istituti impone che la parte del loro budget ottenuta per sovvenzionamenti statali non sia maggioritaria, ma che venga integrata con altre fonti di reddito, rispondendo così alla crisi determinata dal conflitto fra servizio pubblico e leggi di mercato con pratiche di management culturale che andiamo a descrivere.

1.2.1. Diversificazione dei fondi governativi

Il campo d'azione degli Istituti è piuttosto vasto; in genere la loro missione si realizza intorno ad alcuni punti principali: la cooperazione culturale e il sostegno alla produzione artistica nazionale, attraverso l'organizzazione di un programma di attività nei campi dello spettacolo, della letteratura e dell'arte; la diffusione e la promozione della lingua nazionale all'estero, attraverso programmi di insegnamento e di formazione volti a soddisfare i bisogni di un pubblico eterogeneo; la cooperazione universitaria, la cui azione è volta a stabilire e intensificare relazioni e partenariati con le università dei paesi di accoglienza, attraverso programmi di ricerca e organizzazione di eventi a carattere scientifico. L'ampiezza della missione diplomatica rende possibile il coinvolgimento di una grande varietà di interlocutori e di conseguenza l'estensione della ricerca di fondi governativi in più direzioni. Succede, pertanto, che sia i Ministeri della Cultura, sia quelli incaricati dell'Istruzione e della Ricerca Scientifica, abbiano interesse, se opportunamente sollecitati, a finanziare delle iniziative congiunte con gli Istituti di Cultura.

1.2.2. Meccanismi di autofinanziamento

Fino alla fine degli anni Settanta si dava per scontato che gli Istituti di Cultura dovessero ricevere finanziamenti governativi in maniera del tutto automatica. Ancora una volta è stata la Gran Bretagna a creare il movimento, fin dal 1975, seguita dalla Francia nel 1983. Allo stato attuale il British Council si autofinanzia per il 50 % del budget totale, l'Istituto Cervantes copre il 14 %, il Goethe Institut il 16 %. Le risorse provengono soprattutto dall'offerta formativa (corsi di lingua individualizzati, corsi di formazione per docenti, certificazioni), dalla gestione delle biblioteche, dall'organizzazione di eventi culturali, dalla realizzazione di contratti e consulenze, dai servizi linguistici quali traduzioni di documenti ufficiali.

1.2.3. Mecenatismo

Escludendo il mecenatismo storico, una pratica abbastanza utilizzata negli anni Sessanta vedeva le compagnie aeree sostenere, grazie all'intervento degli addetti culturali, tournées teatrali, mostre, conferenze di personalità del mondo intellettuale. Affianco a questo piccolo mecenatismo si è fatto strada il mecenatismo di grande dimensione, fortemente praticato dal British Council e che ha visto Glaxo, Unilever e Thomas Cook finanziare l'esposizione di Henry Moore in India o ancora la British Petroleum investire capitali in un programma universitario con la Norvegia. D'altronde, il British Council dispone al suo interno di

un *Business Relations Departement* il quale si incarica delle relazioni con la comunità d'affari per la ricerca di finanziamenti ed è affiancato da un *Business Advisory Panel*, un comitato cioè costituito da uomini d'affari, che aiuta a concepire le strategie più efficaci. (Roche 1998: 33-34)

La presenza all'interno stesso della dirigenza del British Council di direttori d'azienda e uomini d'affari contribuisce, con la cultura d'impresa di cui questi si fanno portatori, a rendere sempre più attuali e competitivi i servizi offerti dall'Istituto.

1.2.4. Patrocinio

È un'altra forma di autofinanziamento di cui si avvantaggiano gli Istituti e che si inserisce nel quadro di una strategia di comunicazione delle imprese all'estero, le quali acquisiscono visibilità in campo internazionale patrocinando gli Istituti e le loro iniziative culturali. Accanto a forme di mecenatismo che definiremmo effimere, in quanto legate a un evento che non si ripete nel tempo, spesso si realizzano azioni durature: un esempio luminoso è il *Festival France-Cinéma* che si tiene a Firenze ogni anno fin dal 1986 con il patrocinio di Citroen e Gan Assurances, frutto di contatti maturati direttamente sul campo nel corso degli anni.

2. GLI ISTITUTI DI CULTURA FRA GLOBALIZZAZIONE E UNIONE EUROPEA

2.1. *La cooperazione multilaterale*

Parallelamente a questa crisi di natura finanziaria, si va delineando una crisi più generale di quello che è il modello di cooperazione internazionale maturato fin qui. Gli Istituti di Cultura, infatti, creati in situazioni di guerra, in seguito alle quali bisognava far fronte alla costruzione delle relazioni internazionali, hanno accompagnato diacronicamente l'affermazione dell'identità dello stato-nazione.

La loro politica culturale rimane, pertanto, in gran parte legata a una logica di cooperazione bilaterale e sebbene in alcune occasioni siano state create delle reti fra Istituti di paesi diversi (ad esempio per l'organizzazione di convegni o eventi culturali quali festival del cinema europeo o di teatro), non viene presa alcuna misura politica affinché l'azione culturale esca dalla dimensione della partecipazione occasionale e si vada orientando sempre più in direzione della cooperazione multilaterale.

Il doppio movimento di internazionalizzazione e decentralizzazione, ponendo in questione la tradizionale divisione dell'Europa in stati, lascia il campo libero a nuovi soggetti che irrompono sulla scena e competono con le diplomazie nazionali, mettendone in crisi la sovranità culturale che finora hanno gestito.

Ad esempio, gli Enti Locali e in particolare le Regioni, abbandonano l'ambito ristretto dei gemellaggi culturali per preferire il libero flusso delle relazioni internazionali; inoltre, attraverso lo strumento dei programmi comunitari, questi sono in contatto con l'Unione Europea più di quanto non lo siano gli organismi nazionali tradizionalmente incaricati della promozione e della cooperazione culturale. Infine, poiché le iniziative di scambio con l'esterno attivate dalle Regioni spesso celano una matrice legata all'espansione economica, appare naturale che in questo nuovo processo vengano coinvolte le associazioni professionali, con cui già in passato ci sono state forme di collaborazione. Anche le nuove tecnologie e le comunicazioni di massa, rendendo disponibili in tempo reale informazioni la cui gestione veniva precedentemente affidata in forma quasi esclusiva alle diplomazie nazionali, contribuiscono a incrementare la cooperazione decentralizzata.

Francis Fukuyama aveva parlato di fine della storia in termini di conflitti tradizionali, in seguito al crollo dell'Europa comunista. Recentemente si è passati a parlare di fine della geografia. L'idea di confine geografico infatti è sempre più difficile da sostenere nel mondo reale, poiché oggi più che mai la distanza è solo un prodotto della società e si riduce man mano che avanza la tecnica.

In questo contesto le diplomazie culturali non possono più rimanere chiuse nella logica bilaterale che finora ha contraddistinto il modello delle relazioni culturali. I tempi sono maturi perché si costituiscano reti di cooperazione superando così la fase del semplice riconoscimento reciproco a vantaggio dell'azione comune. La sfida contemporanea aperta dalla globalizzazione impone alle agenzie nazionali di scambi culturali l'elaborazione critica di una nuova identità.

2.2. L'Unione Europea

Il processo di costruzione europea rappresenta per gli Istituti un'occasione irripetibile di dinamizzazione e di rottura dell'isolamento in cui si trovano oggi.

Gli stati nazionali, infatti, potrebbero servirsi di loro come risorsa sul territorio attraverso cui instaurare un dialogo forte con le regioni e le città d'Europa, recuperando in tal modo una relazione più diretta con i cittadini i quali, attraverso le istituzioni, si troverebbero coinvolti attivamente nel dibattito sull'identità culturale europea.

Inoltre gli Istituti potrebbero ricoprire un ruolo di grande prestigio, diventando interlocutori di primo piano nella ricerca e realizzazione di partenariati europei, grazie ai quali poter mettere a disposizione della collettività l'esperienza e la competenza maturate nel campo delle relazioni internazionali. Parallelamente, essi potrebbero entrare nel gioco della competizione facendosi promotori di progetti culturali a dimensione europea che vedano partecipare le reti nazionali presenti in uno stesso paese, in una stessa regione o in una stessa città.

In ambito extraeuropeo, l'Unione potrebbe trovare negli Istituti una rete locale attraverso cui promuovere l'Europa e farla conoscere in paesi culturalmente distanti.

Una buona familiarità da parte dei quadri dirigenti rispetto agli strumenti messi in campo dall'Unione Europea, insieme a una fluida circolazione dell'informazione professionale, consentirebbe di realizzare efficacemente i programmi europei, con forti ricadute sul piano dell'incentivazione all'integrazione, alla mobilità e a una nuova direzione del lavoro d'équipe sempre meno monoculturale.

BIBLIOGRAFIA

- Besancon, T. (1994), *Nouveaux enjeux du mécénat en Europe*, Paris, Les Editions Jurés Service.
- Rigaud, J. (1998), *Le mécénat culturel en Europe*, Paris, Admicale.
- Roche, F. (1998), *La crise des institutions nationales d'échanges culturels en Europe*, Paris, L'Harmattan.
- s.a., «La mondialisation est-elle inévitable?», *Le Monde diplomatique*, Dossier spécial (juin 1997).