



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



Sonja Engelbert \*

# CONTESTAZIONE E RECLAMO IN UN CONTESTO INTERCULTURALE ITALO-TEDESCO

## 1. INTRODUZIONE

Negli ultimi anni si assiste in Germania a una sempre maggiore integrazione della componente culturale nei corsi di studio universitari e nella formazione di manager e altri professionisti con incarichi interculturali: ciò rispecchia la sempre maggiore importanza accordata alla cultura, alla multiculturalità e alla comunicazione interculturale.

Accanto a corsi di studio sempre più interdisciplinari nascono corsi di laurea in scienza della cultura e in comunicazione interculturale, e vengono condotte ricerche sull'interculturalità che dovrebbero contribuire a un miglioramento della comunicazione anche nel contesto sempre più internazionale dell'economia e del commercio.

Il punto di partenza del presente contributo è costituito dalle mie considerazioni relative a quelle ricerche sulla comunicazione interculturale, che sono alla base dell'attuale formazione di personale multiculturale nell'ambito economico-commerciale. La valutazione critica di alcune tendenze che si sono manifestate in questo tipo di formazione all'interculturalità confluisce poi in una proposta di analisi inter- e intraculturale che verte su contestazione e reclamo nella corrispondenza commerciale italo-tedesca.

---

\* Università di Ratisbona.

## 2. LA FORMAZIONE ALL'INTERCULTURALITÀ: TENDENZE ATTUALI E CONSIDERAZIONI CRITICHE

Pur esistendo ricerche molto valide sulle caratteristiche culturali delle nazioni e sulle differenze tra le varie culture nazionali <sup>1</sup>, i risultati emersi da queste ricerche vengono troppo spesso staccati dal loro specifico contesto di riferimento quando vengono citati nell'ambito della formazione all'interculturalità. Nel materiale didattico, e anche nei testi di divulgazione, infatti, tali risultati vengono presentati non di rado in un modo semplificato e generalizzato il quale, considerata la complessità culturale, non può che rivelarsi inadeguato <sup>2</sup>.

Così, ad esempio, in un libro autodidattico sugli «standard culturali tedeschi» si legge che i tedeschi attribuirebbero maggiore importanza alla libera espressione delle proprie opinioni e alla propria credibilità piuttosto che all'armonia del rapporto con i loro interlocutori. Si legge inoltre che prenderebbero tutto alla lettera e che esprimerebbero le proprie critiche in un modo diretto e senza introduzione positiva <sup>3</sup>.

Questa eccessiva semplificazione e generalizzazione non consente di capire che esistono delle differenze anche all'interno di una stessa cultura nazionale, differenze che derivano, ad esempio, da fattori socioeconomici e da cambiamenti avvenuti nella società. Inoltre, si incorre nel rischio di favorire una lettura unidimensionale e un'inadeguata interpretazione delle informazioni sulle caratteristiche culturali nazionali e, di conseguenza, una diffusione di stereotipi atti a provocare equivoci, malintesi e problemi di interazione tra le nazioni <sup>4</sup>.

Un altro problema riguarda l'uso del termine «cultura» e la sopravvalutazione della cultura nazionale rispetto ad altre culture al di sopra o al di sotto del livello nazionale o comuni anche a più nazioni. Così mentre da una parte «cultura» viene definito come un «sistema di orientamento [...] di una società, nazione, organizzazione e gruppo» (Thomas 1988: 83) <sup>5</sup> che consiste nei «modelli compor-

---

<sup>1</sup> Cfr. per es. Hofstede (1980); Hall - Hall (1985); Thomas (1993); Müller (1991); Markowsky (1995).

<sup>2</sup> Le cause dei problemi interculturali nell'ambito dell'economia e del commercio venivano innanzitutto individuate nelle differenze comportamentali e comunicative e, di conseguenza, era su di esse che si concentrava l'attenzione sia nella ricerca che nella formazione interculturale. Cfr. Brislin - Landis - Brandt (1983: 1-35); Thomas (1988: 77-100); Müller (1992); Markowsky - Thomas (1995); Brislin - Pedersen (1976).

<sup>3</sup> Cfr. a questo proposito Markowsky - Thomas (1995: 122).

<sup>4</sup> Per una riflessione critica si rimanda per es. a Reiterer (1998); Knapp-Potthoff (1997); Prengel (1999); Häußler (1999); Luchtenberg (1994); Krewer (1996) e Göhring (1999).

<sup>5</sup> «Kultur kann als ein generelles, universelles, für eine Gesellschaft, Nation, Organisation und Gruppe aber besonderes Orientierungssystem betrachtet werden. Dieses Orientierungssystem wird aus spezifischen Symbolen gebildet und in der jeweiligen Gesellschaft,

tamentali [...] di un gruppo di persone» (Kroeber - Kluckhohn 1952: 181)<sup>6</sup> non necessariamente corrispondente a una nazione, dall'altra parte l'uso del termine denota che ci si riferisce innanzitutto alla cultura nazionale (italiana, tedesca, americana e così via)<sup>7</sup>. Esistono tuttavia anche la cultura giovanile, la cultura femminile e altri tipi di cultura tra le quali, forse, anche una cultura aziendale.

Da un lato, quindi, il termine «cultura» si riferisce per definizione a diversi gruppi. Dall'altro lato, invece, nella formazione all'interculturalità così come nei testi di divulgazione, si usa «cultura» soltanto nel senso di «cultura nazionale» trascurando le differenze tra i gruppi all'interno di una stessa nazione.

Ci troviamo dunque di fronte sia a una semplificazione e generalizzazione delle informazioni fornite in ambito formativo sulle caratteristiche culturali delle singole nazioni, sia a un uso spesso riduttivo del termine cultura che non tiene conto della diversificazione del concetto scientificamente individuata.

### 3. CULTURA, INTERCULTURALITÀ E INTRACULTURALITÀ: DEFINIZIONI E CONSIDERAZIONI AI FINI DI UNA RICERCA SULLA COMUNICAZIONE INTERCULTURALE

Alla luce delle critiche espresse e ai fini di una ricerca sulla comunicazione interculturale, mi preme sottolineare quanto sia importante prestare la massima

---

Nation usw. tradiert. Es beeinflusst das Wahrnehmen, Denken, Werten und Handeln aller Mitglieder und definiert somit deren Zugehörigkeit zur Gesellschaft [La cultura può essere considerata un sistema di orientamento generale e universale, ma caratteristico di una società, nazione, organizzazione e gruppo. Questo sistema di orientamento è formato da simboli specifici e viene tramandato nella relativa società, nazione e così via. Esso determina la percezione, il pensiero, il giudizio e il modo di agire di tutti i suoi membri e definisce in questo modo la loro appartenenza alla società]» (Thomas 1988: 83).

<sup>6</sup> «Kultur besteht aus expliziten und impliziten Verhaltensmustern, die durch Symbole erworben und vermittelt werden, die spezifische Leistung einer menschlichen Gruppe begründen, einschließlich ihrer Verkörperung in Kulturprodukten. Der Wesensgehalt der Kultur besteht aus tradierten (historisch gewachsenen und selektierten) Ideen und damit verbundenen Wertvorstellungen. Kulturelle Systeme können einerseits als Ergebnisse von Handlungen und andererseits als Bedingungs-elemente von Handlungen betrachtet werden [La cultura consiste in modelli comportamentali espliciti e impliciti, acquisiti e tramandati attraverso simboli, che sono alla base delle specifiche azioni di un gruppo di persone, ivi compresi i risultanti prodotti culturali. L'essenza della cultura è costituita dalle idee tramandate (sviluppate e selezionate nel corso della storia) e dai valori ad esse attribuite. I sistemi culturali possono essere visti, da una parte, come risultato di azioni e, dall'altra, come condizionamento di azioni]» (Kroeber - Kluckhohn 1952: 181). Come emerge da un confronto di 164 definizioni del termine «cultura», la citata definizione di Kroeber - Kluckhohn è una delle più note.

<sup>7</sup> Cfr. per es. Müller - Thomas (1991); Markowsky - Thomas (1995); Hall - Hall (1980).

attenzione non soltanto alla definizione, ma anche all'uso del termine «cultura» per non incorrere nel rischio di una sopravvalutazione delle differenze interculturali rispetto a quelle intraculturali.

In base alla citata definizione degli antropologi Kroeber e Kluckhohn<sup>8</sup> e ricorrendo alle distinzioni fornite dal traduttologo Vermeer<sup>9</sup> si propongono, di conseguenza, le seguenti definizioni:

CULTURA NAZIONALE: l'insieme dei modelli comportamentali propri di un gruppo di persone che corrisponde a una nazione, ad es. la cultura italiana, la cultura tedesca e così via.

PARACULTURA: l'insieme dei modelli comportamentali propri di un gruppo di persone che comprende più nazioni, ad es. la cultura latinoamericana, la cultura europea ecc.<sup>10</sup>

DIACULTURA: l'insieme dei modelli comportamentali propri di un gruppo di persone all'interno di una nazione o comune anche a più nazioni, ad es. la cultura degli ambientalisti (tedeschi, europei, di tutto il mondo), la cultura giovanile (cinese, orientale, del mondo del duemila) o la cultura aziendale (italiana e tedesca).<sup>11</sup>

IDIOCULTURA: l'insieme dei modelli comportamentali propri di una singola persona.

Al solo fine di evitare espressioni troppo complesse e al limite della comprensibilità, ho tuttavia deciso di usare l'aggettivo «culturale» nelle parole composte «inter- e intraculturale» nel senso stretto di cultura nazionale. Di conseguenza, *interculturale* assume il significato di «tra culture nazionali»; *intraculturale* quello di «all'interno di una cultura nazionale».

#### 4. PROPOSTA DI RICERCA EMPIRICA NELL'AMBITO DELLA CORRISPONDENZA COMMERCIALE ITALO-TEDESCA

Per sottolineare l'importanza di ricerche che prendano in dovuta considerazione le differenze anche intraculturali e che si basino su un concetto di cultura

---

<sup>8</sup> Cfr. nota 6.

<sup>9</sup> Cfr. Mäntteri - Stellbrink - Vermeer (1986: 2); Vermeer (1996: 27).

<sup>10</sup> La paracultura non è rilevante ai fini della presente ricerca e viene definita soltanto per maggiore completezza.

<sup>11</sup> Qualora, a conclusione della ricerca, dovesse risultare che si può effettivamente parlare di culture aziendali.

diversificato<sup>12</sup>, presento di seguito una proposta di ricerca empirica sulla comunicazione interculturale.

#### *4.1. Presentazione della proposta*

Oggetto dell'analisi da svolgere sono in una prima fase i testi scritti. In una seconda fase è prevista un'estensione anche alla comunicazione orale. A questo fine ho stabilito un contatto con un'azienda italiana e un'azienda tedesca in relazione tra di loro e disposte a fornire il materiale di cui ho necessità per svolgere l'analisi sulle differenze inter- e intraculturali e per far luce anche sui problemi attinenti alla comunicazione.

Come testi scritti ho scelto le lettere commerciali italiane e tedesche che contengono una contestazione ovvero un reclamo, in primo luogo le intimazioni ad adempiere, le messe in mora, i solleciti e le denunce di vizi.

A questa scelta mi hanno indotto le seguenti ipotesi di partenza: (1) Anche testi altamente standardizzati come le lettere commerciali rispecchiano le differenze esistenti tra due culture nazionali. (2) Queste differenze interculturali si manifestano sia nella forma che a livello semantico e pragmatico. (3) Pur manifestandosi le suddette differenze interculturali nei testi in questione, da un confronto di lettere commerciali provenienti dai rappresentanti di una sola cultura nazionale emergono (nonostante gli standard determinati da norme, convenzioni e lettere-modello) altrettante differenze intraculturali dovute alla molteplicità di idio- e diaculture presenti all'interno di una stessa cultura nazionale. (4) Il nostro preconconcetto di una diversità culturale si ripercuote sul nostro comportamento anche linguistico-testuale quando entriamo in contatto con un'altra cultura nazionale. (5) Un argomento delicato come la contestazione o il reclamo con la possibile conseguenza di un inasprimento della situazione e un passaggio a vie legali, denota in particolar modo le differenze ipotizzate.

Scopo dell'analisi è quello di verificare le ipotesi formulate, specialmente per quanto riguarda il rilievo delle eventuali differenze interculturali rispetto a quelle intraculturali, e di contribuire in questo modo a una riflessione approfondita sul tema dell'interculturalità. Inoltre, l'analisi ci porterà a conoscere la presunta ampia gamma dei modi di esprimere una contestazione, ovvero un reclamo, nella corrispondenza commerciale di entrambe le culture nazionali. Si potrà così disporre di una base concreta per la riflessione sulla redazione nonché sulla traduzione di questo tipo di testi onde prevenire i problemi che diversamente potrebbero insorgere.

---

<sup>12</sup> L'esigenza di svolgere ricerche di questo tipo viene sottolineata anche da Göhring (1999), Knapp-Pothoff (1997), Schäffter (1997), Cesena (1996), Prengel (1995), Krewer (1996), Häußler (1999), Demorgon - Molz (1997), Luchtenberg (1994).



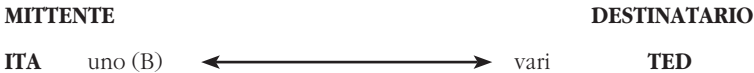




15 lettere scritte da vari mittenti tedeschi (i clienti dell'azienda B) e rivolte allo stesso destinatario italiano (l'azienda B)



15 lettere scritte dallo stesso mittente italiano (l'azienda B) e rivolte a vari destinatari tedeschi (i suoi clienti)



15 lettere scritte da vari mittenti italiani (i clienti dell'azienda A) e rivolte allo stesso destinatario tedesco (l'azienda A)



Si è optato per la suddetta configurazione in base alla considerazione che la raccolta del materiale presso una stessa azienda tedesca e presso una stessa azienda italiana possa garantire una certa omogeneità del materiale. Permetterà, dunque, di realizzare un'analisi su cui non incidono troppe variabili dal momento che le due aziende in questione presentano lo stesso tipo di organizzazione e che le contestazioni ovvero i reclami vertono su un'identica problematica molto ricorrente in ambito internazionale. Inoltre ci ha permesso di proporre alle due aziende una consulenza di tipo interculturale in base alla ricerca da svolgere una volta che mi sarà stato messo a disposizione tutto il materiale. Infine, il fatto di prendere in considerazione – per quanto riguarda le lettere tedesche e quelle italiane – una pluralità di mittenti (e cioè non soltanto l'azienda tedesca e l'azienda italiana in questione, ma anche i loro rispettivi clienti come gruppo di controllo) ci permetterà di escludere che le eventuali differenze rilevate siano dovute a fattori stilistici-culturali, e cioè allo stile personale come espressione dell'idiocultura o allo stile convenzionale (usato all'interno di uno stesso reparto d'azienda e dovuto al ricorso alle stesse lettere-modello) come espressione di una diacultura del tipo aziendale.



permetterà di verificare, sullo sfondo di quanto emerso dalle precedenti analisi, se esiste un'effettiva ripercussione dei nostri preconcetti culturali sul nostro comportamento linguistico-testuale.

In base a lettere autentiche nonché alle lettere-modello in commercio in Italia e in Germania ho elaborato una griglia contenente le categorie che rispecchiano le varie differenze rilevate a livello formale, semantico e pragmatico nonché le loro possibili realizzazioni e la scala delle valutazioni ad esse ricollegabili.

Parto dal presupposto che la funzione principale comune a tutte le lettere commerciali del tipo preso in esame sia quella appellativa. Il mittente espone un problema dovuto a un comportamento del destinatario della lettera ed esprime al riguardo una contestazione ovvero un reclamo destinati alla risoluzione del problema. Infine, il mittente invita il destinatario a risolvere il problema esposto al fine di mantenere i rapporti commerciali.

Quanto alle possibili valutazioni, esse dipendono da chi esprime la propria valutazione e dalla sua cultura intesa non soltanto in tutte le accezioni presentate nel corso della presente ricerca (cultura nazionale, diacultura e idiocultura), ma anche nel senso di conoscenza di culture diverse dalla sua.

Finora mi è dato osservare che le lettere autentiche – sia quelle italiane che quelle tedesche – non sempre si attengono alle lettere-modello in commercio in Italia e in Germania, specialmente per quanto riguarda la maggiore importanza attribuita alle espressioni che servono a introdurre in un argomento delicato come la contestazione, ovvero il reclamo, e la cui principale funzione comunicativa è quella di stabilire un contatto che possa aiutare a prevenire eventuali conflitti (cfr. a questo proposito anche Koch 1999: 206). Quanto all'esistenza o no di standard aziendali ovvero alle differenze intraculturali ipotizzate, non dispongo ancora di una base sufficiente che permetta di trarre una conclusione. Mi esprimerò al riguardo non appena sarò nella condizione di portare a termine questa analisi. Lo stesso vale con riferimento all'ipotizzata incidenza delle nostre supposizioni culturali sul nostro comportamento linguistico-testuale.

Per quanto riguarda le differenze interculturali, invece, si stanno delineando delle differenze che riguardano la forma e l'uso delle formule di apertura e di chiusura delle lettere, l'impiego del titolo nel rivolgersi al destinatario, il ricorso alle forme di cortesia, lo stile, l'organizzazione complessiva delle lettere e lo spazio attribuito alla verbalizzazione delle singole intenzioni comunicative nonché gli interventi del mittente volti a mantenere un buon rapporto con il destinatario.

Dalle valutazioni ricollegabili alle singole realizzazioni delle categorie previste nella griglia, le quali variano a seconda della cultura di chi esprime la valutazione e, di conseguenza, in base alle aspettative relative a una lettera di contestazione, ovvero di reclamo, si può evincere quali sono le fonti di eventuali problemi della comunicazione interculturale che potrebbero portare a un conflitto tra le parti.

CATEGORIE	POSSIBILI REALIZZAZIONI	POSSIBILI VALUTAZIONI
<b>FORMA E STRUTTURA DEL TESTO</b>		
forma di presentazione della lettera	+/- standardizzata	+/- competente
formule di apertura	+/- presenti	+/- cortese
testo	+/- lungo	+/- esauriente
	+/- strutturato	+/- chiaro e comprensibile
	+/- scritto con attenzione alla lingua	+/- competente
		+/- chiaro e comprensibile
	+/- scritto con attenzione alle intenzioni comunicative da realizzare	+/- chiaro e comprensibile
formule di chiusura	+/- presenti	+/- cortese
	+/- concise	+/- scortese
<b>LINGUA E STILE</b>		
uso del titolo nel rivolgersi al destinatario	+/- conforme allo standard	+/- rispettoso
scelte lessicali, grammaticali e stilistiche quanto all'espressione della contestazione ovvero del reclamo	+/- tali da mettere in primo piano i fatti	+/- oggettivo
	+/- tali da recriminare sulle responsabilità di singole persone	+/- aggressivo
	+/- tali da rivelare una certa disponibilità nei confronti del destinatario	+/- conciliante
forme di cortesia	+/- presenti	+/- rispettoso
forme che permettono al destinatario di mantenere credibilità	+/- presenti	+/- rispettoso
		+/- diretto a mantenere i rapporti
<b>INTENZIONI COMUNICATIVE</b>		
introduzione	+/- presente	+/- conciliante

esposizione dei fatti	+/- concisa	+/- chiaro e comprensibile
	+/- neutra nel tono	+/- oggettivo
qualificazione dei fatti	+/- presente	+/- chiaro
	+/- forte	+/- aggressivo
esposizione dell'esigenza	+/- presente	+/- chiaro
	+/- forte	+/- aggressivo
motivazione	+/- presente	+/- chiaro
	+/- esauriente	+/- accettabile
sollecitazione	+/- tassativa	+/- perentorio
minaccia di conseguenze	+/- presente	+/- diretto
	+/- esplicita	+/- chiaro
	+/- forte	+/- aggressivo
interventi per mantenere un buon rapporto	+/- presenti	+/- conciliante
	+/- manifesti	+/- sincero

Così, per esempio, l'assenza di una formula di apertura o di chiusura potrebbe essere vista come sgarbo, e lo stesso vale anche per il mancato ricorso alle formule di cortesia che il destinatario della lettera si aspetta. La rinuncia a un'introduzione cauta e il passaggio diretto al problema da risolvere potrebbero offendere il destinatario della lettera, che a una tale prassi non è abituato, e provocare una sua reazione non voluta. Una motivazione considerata insufficiente, infine, potrebbe generare un rifiuto ad accettare quanto preteso.

Si intende che la griglia proposta non può ancora considerarsi definitiva, ma verrà rielaborata non appena disporremo di tutto il materiale. Nella griglia definitiva verranno inseriti i risultati concreti dell'analisi svolta e ne emergerà, di conseguenza, un quadro diversificato della situazione tedesca e di quella italiana con riferimento all'oggetto di un'analisi che ci permetterà di verificare quanto ci siamo prefisse come scopo. Il risultato dell'analisi svolta, infine, dovrebbe contribuire a non sopravvalutare le differenze interculturali rispetto a quelle intraculturali e ci dovrebbe permettere di formulare delle proposte di rilievo anche per la formazione all'interculturalità.

## BIBLIOGRAFIA

- Brislin, R.W. - Pedersen, P. (1976), *Cross cultural orientation programs*, New York, Gardner.
- Brislin, R.W. - Landis, D. - Brandt, M.E. (1983), «Conceptualizations of intercultural behaviour and training», in *Handbook of intercultural training*, vol. 1, eds. D. Landis - R.W. Brislin, New York, Pergamon, pp. 1-35.
- Cesena, A. (1996), «Kulturelle Identität», in *Ethik und Politik aus interkultureller Sicht*, hrsg. R.A. Mall - N. Scheder, Amsterdam, Rodopi, pp. 119-130.
- Demorgon, J. - Molz, M. (1997), «Bedingungen und Auswirkungen der Analyse von Kultur(en) und interkulturellen Interaktionen», in *Psychologie interkulturellen Handelns*, hrsg. A. Thomas, Göttingen, Hogrefe, pp. 43-146.
- Duccali, B. (1994), *650 modelli di lettere commerciali*, Milano, FAG.
- Göhring, H. (1999), «Interkulturelle Kommunikation», in *Handbuch Translation*, hrsg. M. Snell-Hornby - H.G. Höning *et al.*, Tübingen, Stauffenberg-Verlag, pp. 122-115.
- Hall, E.T. - Hall, M.R. (1985), *Verborgene Signale – Über den Umgang mit Japanern*, Hamburg, Gruner & Jahr.
- Häußler, O. (1999), «Reflexive Identität und Authentizität als kultureller Marker moderner Mentalitäten», in *Kulturunterschiede: interdisziplinäre Konzepte zu kollektiven Identitäten und Mentalitäten*, hrsg. H. Hahn, Frankfurt a.M., IKO, pp. 239-270.
- Hofstede, G. (1980), *Culture's consequences: International differences in workrelated values*, Beverly Hills (CA), Sage.
- Holz-Mänttari, J. - Stellbrink, H.-J. - Vermeer, H.J. (1986), «Ein Fach und seine Zeitschrift», *TextconText*, pp. 1-10.
- Knapp-Potthoff, A. (1997), «Interkulturelle Kommunikationsfähigkeit als Lernziel», in *Aspekte interkultureller Kommunikationsfähigkeit*, hrsg. A. Knapp-Potthoff - M. Liedke, München, iudicium, pp. 181-206.
- Koch, W. (1999), «Geschäftskorrespondenz», in *Handbuch Translation*, hrsg. M. Snell-Hornby - H.G. Höning *et al.*, Tübingen, Stauffenberg-Verlag, pp. 205-208.
- Kraushaar, B. *et al.* (1994), *Moderner kaufmännischer Schriftverkehr*, Wiesbaden, Gabler.
- Krewer, B. (1996), «Kulturstandards als Mittel der Selbst- und Fremdrelexion in interkulturellen Begegnungen», in *Psychologie interkulturellen Handelns*, hrsg. A. Thomas, Göttingen, Hogrefe, pp. 147-164.
- Kroeber, A.A. - Kluckhohn, C. (1952), *Culture: a critical review of concepts and definitions*, Cambridge (MA), Peabody Museum, vol. 47, n. 1.
- Luchtenberg, S. (1994), «Überlegungen zur interkulturellen Kompetenz», in *Interkulturelle Pädagogik und europäische Dimensionen*, hrsg. S. Luchtenberg, Münster, Waxman, pp. 49-66.

- Maletzke, G. (1996), *Interkulturelle Kommunikation. Zur Interaktion zwischen Menschen verschiedener Kulturen*, Opladen, Westdeutscher Verlag.
- Markowsky, R. - Thomas, A. (1995), *Studienhalter in Deutschland, Interkulturelles Orientierungstraining für amerikanische Studenten, Schüler und Praktikanten*, Heidelberg, Asanger.
- Müller, A. - Thomas, A. (1991), *Interkulturelles Orientierungstraining für die USA: Übungsmaterial zur Vorbereitung auf ein Studium in den Vereinigten Staaten*, Saarbrücken, Breitenbach.
- Prenzel, A. (1995), *Pädagogik der Vielfalt*, Opladen, Leske & Budrich.
- Reiterer, A.F. (1998), *Soziale Identität – Ethnizität und sozialer Wandel: Zur Entwicklung einer anthropologischen Struktur*, Frankfurt a.M., Peter Lang.
- Sachs, R. (1994), *Deutsche Handelskorrespondenz*, Ismaning, Hueber.
- Schäffter, O. (1997), «Das Fremde als Lernanlass: Interkulturelle Kompetenz und die Angst vor Identitätsverlust», in *Erwachsenenbildung in der Moderne*, hrsg. R. Broedel, Opladen, Leske & Budrich, pp. 91-129.
- Thomas, A. (1988), «Psychologisch-pädagogische Aspekte interkulturellen Lernens im Schüleraustausch», in *Interkulturelles Lernen im Schüleraustausch*, hrsg. A. Thomas, Saarbrücken, Breitenbach, pp. 77-100.
- Thomas, A. (1993), «Psychologie interkulturellen Lernens und Handelns», in *Kulturvergleichende Psychologie: Eine Einführung*, hrsg. A. Thomas, Göttingen, Hogrefe, pp. 377-424.
- Vermeer, H.J. (1996), «Die Welt in der wir übersetzen. Drei translatorische Überlegungen zu Realität, Vergleich und Prozess», in *TextconText*, pp. 25-34.
- Vertone, S. (1994), «Introduzione: la cultura degli italiani», in *La cultura degli italiani*, a cura di S. Vertone, Bologna, Il Mulino, pp. 7-31.